



**Instituto Superior de Economia e Gestão**

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

## **MESTRADO EM SOCIOLOGIA ECONÓMICA E DAS ORGANIZAÇÕES**

### **Práticas de Responsabilidade Social em PME's do Sector Automóvel no Parque Industrial de Vendas Novas**

Por Maria Madalena Martins Dias

Orientador: Professora Doutora Maria João Nicolau dos Santos

Janeiro de 2009

Júri

Presidente: Doutora Maria João Ferreira Nicolau dos Santos

Vogal: Doutora Maria de Fátima Nunes Jorge Oliveira

Vogal: Doutor João Carlos de Andrade Marques Graça

**UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA  
INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO**

**Práticas de Responsabilidade Social em PME's do Sector Automóvel no Parque  
Industrial de Vendas Novas**

Orientador: Professora Doutora Maria João Nicolau dos Santos

Júri

Presidente: Doutora Maria João Ferreira Nicolau dos Santos

Vogal: Doutora Maria de Fátima Nunes Jorge Oliveira

Vogal: Doutor João Carlos de Andrade Marques Graça

## Resumo

A responsabilidade social empresarial surge como uma ferramenta ao serviço das empresas para darem a sua contribuição naquilo que deve ser uma relação de equilíbrio entre crescimento económico e desenvolvimento sustentado.

O princípio do negócio sustentado reside no facto das empresas além de promoverem emprego e de gerarem riqueza, devem também antecipar e reconhecer as suas consequências, sejam elas positivas ou negativas, internas ou externas, locais ou globais. Neste sentido pretendemos com este estudo exploratório conhecer as práticas de responsabilidade social observadas em PME's ligadas à indústria automóvel situadas no Parque Industrial de Vendas Novas.

Para contextualizar este objectivo fizemos um resumo de algumas iniciativas de desenvolvimento sustentável desenvolvidas no contexto da União Europeia e em Portugal. Passamos em revista os principais instrumentos de orientação para a recolha, análise e comunicação dos relatórios de sustentabilidade das empresas. Relatórios que têm a sua origem em práticas de responsabilidade social abrangendo a área económica, ambiental e social.

Foram identificados alguns dos benefícios para as empresas na utilização desta ferramenta e apresentados resumos de cinco estudos efectuados em PME's sobre práticas de responsabilidade social.

A metodologia utilizada foi o inquérito por questionário e tentamos ao mesmo tempo averiguar numa conversa informal quais são os benefícios, os obstáculos, os apoios e as motivações identificados pelos representantes das empresas na aplicação de práticas de RSE.

Da análise dos dados sobressai que sendo a RSE um conceito dinâmico deve ser contextualizado e na realidade estudada é a dimensão interna aquela que mais impacto tem nas actividades das empresas nomeadamente a gestão dos seus recursos humanos, saúde e segurança no trabalho e a gestão do impacto ambiental. Na dimensão externa há a assinalar os clientes. Os empregados na dimensão interna, e os clientes na dimensão externa, são os *key stakeholder* identificados neste estudo em PME's do sector automóvel.

Palavras-Chave: Desenvolvimento Sustentável, Responsabilidade Social Empresarial, Indústria Automóvel.

## **Abstract**

Corporate social responsibility can be used by companies as an instrument to contribute to a balanced relationship between economic growth and sustainable development.

The basis for sustainable business is not only to promote labour and produce wealth, but also to predict and acknowledge its consequences, whether positive or negative, internal or external, local or global. In this study we tried to evaluate social responsibility practices observed in Small and Medium Enterprises (SMEs) related to the automotive industry and located in Vendas Novas Industrial Park.

First of all and to set a context to this goal, we summarised some sustainable development initiatives promoted in the European Union and in Portugal. We also reviewed the main instruments used to collect and analyze data for the companies' sustainable development reports, which assess social responsibility practices in economical, environmental and social areas.

Some of the corporation benefits of using this instrument were also identified and summaries of five different studies in SMEs about corporate social responsibility were presented.

The methodology used was the questionnaire as well as an informal interview to find out corporate representatives opinion on benefits, difficulties, support and motivation when trying to apply corporate social development practices.

Corporate social responsibility is a dynamic concept that should be analysed in a particular context. In SMEs located in Vendas Novas Industrial Park related to the automotive industry. The main conclusions are that in internal dimension of this concept the most impact on companies are practices related with human resources management, work health and safety and environmental management. In external dimension of the concept are the customers.

Key stakeholders of SMEs of automotive industry are employees and customers.

Key-words: Sustainable Development, Corporate Social Responsibility, Automotive Industry.

## ÍNDICE GERAL

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>3</b>
<b>2. O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....</b>	<b>7</b>
2.1 PREOCUPAÇÕES COM A SUSTENTABILIDADE DO PLANETA .....	7
2.2 A UNIÃO EUROPEIA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - O PAPEL DAS EMPRESAS .....	12
2.3 O ESTADO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA UNIÃO EUROPEIA .....	19
2.4 PORTUGAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	23
2.5 INSTRUMENTOS AO SERVIÇO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	28
<b>3. A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....</b>	<b>34</b>
3.1 PRINCIPAIS CONTRIBUTOS PARA O APARECIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	34
3.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	37
3.3 OS NÍVEIS DE RSE – <i>CANADIAN BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY</i> E SIMON ZADECK .....	39
3.4 AS DIFERENTES ABORDAGENS SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	41
3.4.1 <i>Teorias Instrumentais</i> .....	42
3.4.2 <i>Teorias Políticas</i> .....	43
3.4.3 <i>Teorias Integrativas</i> .....	44
3.4.4 <i>Teorias Éticas</i> .....	45
<b>4. EMPRESAS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA PRÁTICA .....</b>	<b>47</b>
4.1 AS DIMENSÕES DA RSE.....	47
4.2 BENEFÍCIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA RSE .....	48
4.2.1. <i>O Valor para as Empresas dos Relatórios de Sustentabilidade</i> .....	53
4.3 AS PME'S E A RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	56
4.4 RESULTADOS DOS ESTUDOS SOBRE PME'S E RSE – CINCO ABORDAGENS.....	59
4.4.1 <i>OBSERVATORY OF EUROPEAN SMEs 2002/Nº4. EUROPEAN SMEs AND SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY. EUROPEAN COMMISSION</i> .....	59
4.4.2 <i>ENGAGING SMALL BUSINESS IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. A CANADIAN SMALL BUSINESS PERSPECTIVE ON CSR. OCTOBER 2003</i> .....	62
4.4.3 <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. IMPLICATIONS FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN DEVELOPING COUNTRIES. UNIDO 2002</i> .....	64
4.4.4 <i>ENGAGING SMEs IN COMMUNITY &amp; SOCIAL ISSUES. CONSORTIUM RESEARCH STUDY. ACCOUNTABILITY ET AL 2002</i> .....	69
4.4.5 <i>DRIVERS OF ENVIRONMENTAL BEHAVIOUR IN MANUFACTURING SMEs AND THE IMPLICATIONS FOR CSR. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS 2006.</i> .....	70
<b>5. DADOS ECONÓMICOS DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL.....</b>	<b>72</b>
5.1 O SECTOR AUTOMÓVEL MUNDIAL .....	72
5.2 O SECTOR AUTOMÓVEL EM PORTUGAL.....	72
5.3 A INDÚSTRIA AUTOMÓVEL E A SUSTENTABILIDADE .....	75
5.4 RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE .....	76
5.4.1 <i>General Motors Corporation</i> .....	76
5.4.2 <i>DaimlerChrysler AG</i> .....	77
5.4.3 <i>DENSO</i> .....	78
5.4.4 <i>VISTEON</i> .....	79
<b>6. METODOLOGIA.....</b>	<b>84</b>
6.1 O INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO .....	84
<b>7. RESULTADOS DA ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>88</b>
7.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA AMOSTRA.....	88
7.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS INQUÉRITOS.....	89
7.3 AS OPINIÕES DOS EMPRESÁRIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS DE RSE.....	95
<b>8. CONCLUSÕES.....</b>	<b>99</b>
8.1 CONTRIBUTOS DO ESTUDO EXPLORATÓRIO PARA A RSE .....	99

8.2 PRINCIPAIS CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....	101
<b>GLOSSÁRIO .....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>110</b>

## **ÍNDICE TABELAS**

TABELA 1 – ATLAS MUNDIAL DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	7
TABELA 2 – CRONOLOGIA DA EVOLUÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	11
TABELA 3 – INICIATIVAS RELEVANTES NOS PRINCIPAIS DOMÍNIOS IDENTIFICADOS NA UE PARA A RSE ...	15
TABELA 4 – SÍNTESE DO 1º RELATÓRIO INTERCALAR DO PLANO ENDS 2015.....	25
TABELA 5 – LISTA DE INSTRUMENTOS DE RSE .....	28
TABELA 6 – INSTRUMENTOS E ORGANIZAÇÕES ENVOLVIDAS .....	30
TABELA 7 – TRIPPLE BOTTOM LINE .....	32
TABELA 8 – INSTRUMENTOS E ÁREAS COBERTAS PELA RSE .....	33
TABELA 9 – DIMENSÕES DA RSE .....	47
TABELA 10 – RESUMO DAS LIGAÇÕES ENTRE O EHS E O VALOR DOS ACCIONISTAS.....	51
TABELA 11 – INDICADORES DE PERFORMANCE DE EHS – VALORES CONDUTORES INTANGÍVEIS .....	52
TABELA 12 – O BALANCE SCORECARD E O CONTRIBUTO DOS VALORES INTANGÍVEIS IDENTIFICADOS PELO GEMI.....	53
TABELA 13 – DOS PAUS ÀS CENOURAS: O PANORAMA DOS INSTRUMENTOS LEGAIS .....	55
TABELA 14 – OS DIFERENTES FORNECEDORES E UTILIZADORES DA INFORMAÇÃO REPORTADA-INTERNOS E EXTERNOS À EMPRESA.....	56
TABELA 15 – AS GERAÇÕES DE RSE.....	65
TABELA 16 –AS DIFERENÇAS ENTRE AS GRANDES EMPRESAS E AS PME FACE À RSE .....	67
TABELA 17 – ANÁLISE SWOT – AS PME’S E A RSE.....	68
TABELA 18 – SÍNTESE DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS AUTOMÓVEIS DE REFERÊNCIA.....	81
TABELA 19 – CONCEITO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS PME DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL .....	86
TABELA 20 – AS EMPRESAS DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL DO P.I. DE VN.....	88
TABELA 21 – ANÁLISE SWOT DA RSE NAS EMPRESAS DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL DO P.I. DE VN.....	98

## **ÍNDICE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1 – RANKINGS DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS DA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL .....	76
GRÁFICO 2 – POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS FACE ÀS PRÁTICAS ANTI-CORRUPÇÃO.....	89
GRÁFICO 3 –PRÁTICAS DE RSE RELATIVAS AO PÚBLICO INTERNO .....	90
GRÁFICO 4 –PRÁTICAS DE RSE REFERENTES AO MEIO AMBIENTE .....	91
GRÁFICO 5 – PRÁTICAS DE RSE RELATIVAS AOS FORNECEDORES .....	92
GRÁFICO 6 – PRÁTICAS DE RSE NA RELAÇÃO COM CLIENTES/CONSUMIDORES .....	93
GRÁFICO 7 – PRÁTICAS DE RSE DESENVOLVIDAS NA COMUNIDADE .....	93
GRÁFICO 8 – POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS FACE AO GOVERNO E À SOCIEDADE .....	95

## 1. Introdução

A sustentabilidade do planeta surge hoje em dia no centro das preocupações de todos os países e está bem patente no discurso dos seus líderes. As questões ligadas ao ambiente e que começaram por ser as preocupações centrais do desenvolvimento sustentado nos anos 70 voltam hoje a ganhar uma nova dimensão.

Pensar numa forma de viver e trabalhar mais ecológica deixou de ser um pensamento elitista. “Verde” foi o termo mais registado como marca em 2007, de acordo com o departamento de patentes e marcas registadas no E.U.A. A trilogia em volta das questões do uso de combustíveis limpos, a redução da dependência do petróleo e as alterações climáticas dominam o discurso de políticos, jornalistas, conferências, investigações em universidades e empresas.

Os desafios são vastos e passam por reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>, controlar a quantidade da chuva, a velocidade do degelo, restaurar ecossistemas em declínio em todo o mundo como as florestas, os rios, as savanas, os oceanos. Acabar com o vício da gasolina que tem não só efeitos climáticos como geopolíticos, acentuando cada vez mais a dependência dos países.

Determinados economistas referem que a verdadeira crise a que estamos a assistir nos nossos dias não tem a sua génese nas estruturas económicas mas sim numa falta de princípios éticos e morais quer por parte dos países, quer por parte das organizações. Aquilo que provoca o desmoronamento da economia são efectivamente práticas obscuras, de corrupção, de monopolização por parte de alguns países de recursos naturais escassos como o petróleo, o gás e o carvão, para com isso fazer crescer a especulação dos preços e inflacionar os sistemas económicos.

Verde é realmente a revolução que se propõe, sermos amigos do ambiente, quer a título privado enquanto consumidores uma vez que é aí que detemos maior poder e controlo, quer como investigadores, empresários, políticos,

legisladores. A obsessão pela reciclagem e a instalação de algumas lâmpadas especiais não vai resolver o problema. Precisamos de procurar uma mudança radical nos nossos sistemas energéticos, de transportes e agrícolas em vez de mudanças tecnológicas superficiais. As empresas que apostaram no negócio das energias renováveis estão verdadeiramente a criar valor no sentido da sustentabilidade.

São efectivamente as empresas e de um modo geral as organizações os actores privilegiados na procura deste equilíbrio sustentado entre crescimento económico e desenvolvimento. O conceito de responsabilidade social surge por isso frequentemente associado ao desempenho responsável das empresas e constitui uma ferramenta de gestão ao serviço das mesmas para a prossecução do desenvolvimento sustentável – a responsabilidade social empresarial.

O conceito da RSE é também frequentemente associado aos grandes grupos empresariais multinacionais. Para isso contribuíram vários factores como o fenómeno da globalização ao arrastar consigo as preocupações com os direitos humanos, as práticas anti-corrupção, as questões da saúde e segurança dos seus trabalhadores além fronteiras e a protecção ambiental dos locais onde desenvolvem a sua actividade. Também organizações como a ONU, a OCDE e a OIT, desenvolveram guias de actuação largamente difundidos pelos media e adoptados pelos Governos nas suas linhas de orientação política, obrigando as empresas a seguirem linhas de orientação responsável. Por outro lado consumidores e investidores tornaram-se mais exigentes e procuram cada vez mais produtos e investimentos responsáveis. A transparência em todas as áreas de actuação das empresas é uma exigência cada vez maior.

A pressão constante das forças do mercado livre actua no sentido das empresas procurarem não só o lucro, condição primordial para a sua existência e continuidade, mas também no sentido de uma actuação onde os princípios éticos e cívicos andem lado a lado com o mundo dos negócios.



Este é um trabalho de inovação organizacional e aperfeiçoamento contínuo no campo empresarial. Simon Zadeck é nesta linha de pensamento um autor de referência ao classificar as empresas em diferentes gerações consoante o seu estágio de desenvolvimento na RSE.

Por outro lado os autores Michael Porter e Mark Kramer apresentam uma visão bastante pragmática daquilo que deve ser a responsabilidade social para as empresas numa lógica de *win-win* e de tornar as práticas de responsabilidade social numa vantagem competitiva para o negócio da empresa.

As diferentes abordagens sobre a responsabilidade social são referidas neste estudo para que se possa compreender a dimensão teórica do conceito, que não é de maneira alguma fácil de definir, mas que dentro de um determinado contexto segue lógicas diferentes e que podem ser integradas numa ou noutra teoria. A própria evolução do papel das organizações faz com que o conceito se altere na sua génese e acompanhe as tendências da mudança. No entanto é consensual entre os vários autores estudados que existe responsabilidade social, sempre que uma empresa desenvolve a sua acção numa perspectiva de criação de valor no domínio económico, social e ambiental. O *triple bottom line* não funciona em equilíbrio sem as suas partes, mas como um todo fazem parte integrante do desenvolvimento sustentado.

As Pequenas e Médias Empresas são o objecto de estudo escolhido para perceber o que estamos a fazer neste sentido. A Europa e também Portugal têm como principal característica do seu tecido económico as PME's. Os estudos abordados apresentam-nos conclusões bastante interessantes no domínio das práticas de responsabilidade social e que servirão para comprovar ou não os resultados da investigação empírica.

Considerando que a indústria automóvel é um sector em constante desenvolvimento pois de um modo geral todos os anos os construtores renovam algum vector dos seus produtos, quer ao nível dos motores ou do design, obrigando a constantes inovações de produto e de processos de fabrico. Neste contexto é interessante verificar quais as inovações organizacionais que as empresas operaram no sentido de manter a

competitividade. Isto é, o que fazem as empresas para manter sustentadamente a sua intervenção nos mercados onde operam. Onde é que aplicam os seus lucros, como é que controlam o impacto ambiental dos seus processos e produtos, quais os benefícios que proporcionam aos seus trabalhadores e de um modo geral à comunidade onde operam.

Esta análise é feita de um modo geral a quatro gigantes mundiais da indústria automóvel através da análise dos seus relatórios de sustentabilidade. Todos desenvolvem acções de responsabilidade social e são o ponto de partida para uma análise micro desta realidade em Portugal.

O Parque Industrial de Vendas Novas situado a cerca de 80 km de Lisboa é constituído por dois clusters: empresas ligadas ao sector automóvel e empresas ligadas ao sector corticeiro, entre outras pequenas empresas de diversos ramos de actividade.

É o sector automóvel o centro das nossas atenções neste estudo exploratório da realidade das PME's e das suas práticas de responsabilidade social.

No contexto mais vasto das preocupações com o desenvolvimento sustentável, passando pela estratégia europeia e portuguesa para se cumprir o objectivo de tornar a Europa uma das economias baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, em que é reconhecida a função-chave da RSE na prossecução deste caminho, interessa conhecer qual o contributo das nossas empresas na prossecução desse objectivo supremo.

Quais as práticas de responsabilidade social que podemos observar nas empresas ligadas à indústria automóvel situadas no Parque Industrial de Vendas Novas, é o motor de desenvolvimento de todo este estudo. Ao mesmo tempo vamos tentar apreender por parte dos responsáveis dessas mesmas empresas quais são os benefícios, os obstáculos, os apoios e as motivações que encontram para desenvolverem práticas de responsabilidade social nas suas empresas. Tentar no fundo compreender qual a sua abordagem prática deste conceito, como é que este pequeno universo de empresas ligadas ao sector automóvel (construtores e componentes) trata a responsabilidade social e qual o seu contributo para o crescimento equilibrado entre desenvolvimento sustentável e crescimento económico.

## 2. O Desenvolvimento Sustentável

### 2.1 Preocupações com a Sustentabilidade do Planeta

Quais as razões que nos levam hoje em dia a colocar a questão do Desenvolvimento Sustentável (DS), no centro das preocupações do crescimento económico num mundo globalizado?

Esta é uma questão abrangente quer do ponto de vista dos países, quer do ponto de vista das organizações, quer ainda do ponto de vista dos indivíduos. Deparamo-nos hoje em dia com múltiplos problemas, dos quais destacamos alguns na tabela 1:

**Tabela 1: Atlas Mundial do Desenvolvimento Sustentável**

Demografia	<ul style="list-style-type: none"><li>- Acentuado crescimento da população, de 6 biliões no ano 2000, passaremos para 9 biliões em 2050;</li><li>- Em 2050 os países hoje em vias de desenvolvimento representarão 85% da população do planeta;</li><li>- Os maiores 25 aglomerados urbanos têm uma população superior a 10 milhões de habitantes;</li><li>- 800 milhões de pessoas sofrem de má nutrição;</li><li>- 20% da população mundial com mais de 15 anos são analfabetos;</li><li>- A maioria das mulheres ainda são excluídas do saber e do poder;</li></ul>
Recursos	<ul style="list-style-type: none"><li>- A água contaminada é o 1º factor de mortalidade do mundo;</li><li>- Os medicamentos são inacessíveis em muitos países do Sul;</li><li>- A infra-estrutura urbana mundial necessita de uma remodelação no valor de 40 triliões de dólares, para robustecer os sistemas de electricidade, água e transportes;</li><li>- 360 pessoas mais ricas do mundo representam o rendimento anual de 40% da população do planeta;</li><li>- 1,2 Biliões de pessoas do mundo vivem com menos de 1 dólar por dia;</li><li>- A procura de energia à escala do uso dos nossos dias vai aumentar em 65% entre 1995 e 2020;</li><li>- A produção de cereais vai ter que aumentar em 40% para responder à procura mundial até 2025;</li><li>- As despesas com a defesa nacional na maioria dos países em desenvolvimento são 5 vezes superiores as da saúde e da educação;</li></ul>
Meio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tsunami, Katrina, terramoto do Paquistão – 300 000 mortos e 100 000 milhões de dólares de prejuízo;</li><li>- No decorrer do século XXI as temperaturas podem subir mais 2 até 6 graus Celsius;</li><li>- Os impactos ambientais das actividades humanas passam de 30% da capacidade do planeta em renovar os seus recursos e em absorver as poluições geradas;</li><li>- 1/3 das terras emergentes no mundo estão sujeitas a desertificação;</li><li>- Mais de 11 000 espécies de plantas e animais correm o risco de extinção a curto prazo;</li></ul>

Fonte: Apresentação de Maria João Santos, DS e RSE - Sócios, 2008.

A resposta da sociedade através de organismos políticos e das organizações não governamentais proliferam. Uma pesquisa rápida na Internet sobre este assunto mostra bem a quantidade de organizações a trabalharem na área do DS.

O envolvimento internacional com o desenvolvimento sustentável começou na década de 70, nomeadamente com as questões do impacto ambiental aliadas ao desenvolvimento económico.

Em 1972 após décadas de exploração dos recursos naturais e das condições naturais de vida, surge pela primeira vez esta preocupação reflectida num encontro internacional – A Cimeira de Estocolmo promovida pelas Nações Unidas.

O DS poderia ser aqui descrito como um caminho a seguir, um princípio de actuação ou uma ideia reguladora de comportamentos.

Só na Cimeira da Terra ou Cimeira do Rio (conferência realizada no Rio de Janeiro entre 3 e 14 de Junho de 1992), marca 20 anos depois da Cimeira de Estocolmo, o ponto de viragem na consciencialização internacional para a necessidade dos países estabelecerem uma política de desenvolvimento sustentável ao nível global. Este encontro consolida o conceito de DS. As três dimensões do DS – o ambiente, o social e o económico, não podem ser abordadas separadamente, requerem um desenvolvimento tridimensional e tratadas de igual maneira.

Passados 5 anos em 1997 na 1ª sessão de acompanhamento da Cimeira da Terra, constata-se que o ambiente continua a degradar-se. Em 2002 pretende-se que os países assumam um compromisso de responsabilidade colectiva ao desenvolverem as suas políticas de desenvolvimento sustentável – desenvolvimento económico, desenvolvimento social e protecção ambiental. Pretende-se que estas preocupações sejam transversais a toda a sociedade no papel dos seus agentes, quer actuem ao nível local, nacional ou global.

As Nações Unidas através da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável, tem feito o acompanhamento das medidas que resultaram da Agenda 21

(1997) e da Cimeira de Joanesburgo (2002). Realiza encontros anuais com a participação de vários países membros onde são emitidos os resultados das acções desenvolvidas e o calendário e objectivos a desenvolver de acordo com as orientações desta Comissão e tendo por base estes dois acontecimentos.<sup>1</sup>

A publicação do *Global Compact* em 2000 também pelas Nações Unidas, constitui uma ferramenta para que os países alinhem as suas operações e estratégias no sentido de respeitarem os 10 princípios universais base como o respeito pelos direitos humanos, o trabalho justo, o ambiente, e a luta contra a corrupção.

A OCDE lança também um guia básico de orientação para que as multinacionais possam adoptar comportamentos sustentados.

A protecção do ambiente que começou por ser a preocupação primordial nas conferências internacionais, é o princípio do DS, e que pode ser considerado como o modelo para o comportamento humano em geral.

Ao nível internacional permanecem os encontros e as discussões no âmbito do DS. Nessa análise as preocupações dão um grande ênfase às alterações climáticas, ao combate à redução de emissões gasosas através do uso eficiente da energia e da conservação das florestas.

Mais recentemente, a Cimeira de Bali realizada em Dezembro de 2007, procurou desenhar um caminho para se atingir a segurança climática no futuro. Lançou um processo de negociação a ser completado com medidas concretas até 2009. Estas medidas terão o seu seguimento no final de 2008 numa Conferência sobre Alterações Climáticas, Segurança e Desenvolvimento Sustentável a realizar em Poznan, e no ano seguinte (2009) em Copenhaga. O objectivo destes encontros é estabelecer um novo acordo sobre as alterações climáticas e o aquecimento global, pois em 2012 caduca o Protocolo

---

<sup>1</sup> [http://www.un.org/esa/sustdev/documents/docs\\_csd15.htm](http://www.un.org/esa/sustdev/documents/docs_csd15.htm), acesso em 22 de Abril de 2008, podemos consultar os documentos que saíram da 15.ª Reunião da Comissão de Desenvolvimento Sustentável realizada de 30 Abril a 11 Maio de 2007, em Nova Iorque.

de Quioto e é preciso dar continuidade ao processo de controlo climático no estabelecimento de uma nova política ambiental internacional.

Esta incidência na temática das alterações climáticas faz sentido pois constituem uma potencial ameaça. O seu descontrolo torna frágeis as economias instáveis, aumenta a pobreza, aumenta a tensão sobre os recursos escassos e afasta as pessoas das suas terras. As alterações climáticas apresentam-se não só como um desafio, mas constituem ao mesmo tempo uma oportunidade, pois um modelo de economia baseado em *low-carbon* tem o potencial de nos conduzir para um novo capítulo na inovação tecnológica. Uma terceira revolução industrial e desta vez – Verde. O que se está aqui a propor é uma mudança de paradigma – *Low-Carbon Economy*.

Em 2008 as Nações Unidas na sua Cimeira Global para a Juventude estabeleceu oito objectivos chave para o DS com que os seus países membros se deverão comprometer até ao ano 2015.

Podemos ver na tabela 2 um resumo da evolução das preocupações com o DS ao nível internacional:

**Tabela 2: Cronologia da Evolução do Desenvolvimento Sustentável**

1972	1987	1992	1997	2002	2007	2008
Conferencia das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano	Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento	Cimeira da Terra	19ª Sessão Especial da Assembleia Geral da O.N.U.	Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Sustentável	Cimeira de Bali	Cimeira Global para a Juventude
<b>Cimeira de Estocolmo</b>	<b>Relatório Brundtland</b>	<b>Agenda 21</b>	<b>Agenda 21</b>	<b>Cimeira de Joanesburgo</b>	<b>Bali Roadmap</b>	<b>Programa de Desenvolvimento para o Millenium (UNDP)</b>
Debate centrado no estabelecimento de um programa de contenção e prevenção da poluição industrial, num quadro de equilíbrio de prioridades entre o desenvolvimento económico e necessária protecção ambiental.	A “Agenda Global para a Mudança” constituiu uma forte chamada de atenção para as responsabilidades dos estados e das organizações no sentido de um crescimento económico sustentado.	Subscrita por mais de 178 governos consolida o conceito de desenvolvimento sustentável das sociedades humanas: Equidade Social, Ambiente e Economia.	O programa para a implementação da Agenda 21 aponta o ano de 2002 como data limite para as diversas administrações formularem e salientarem as suas Estratégias de Desenvolvimento Sustentável.	Desenvolvimento de uma nova cultura, na definição e implementação das estratégias de desenvolvimento sustentável, nas suas múltiplas dimensões num quadro de globalização: Responsabilidade Social Corporativa.	Desenho de um caminho para atingir a segurança climática no futuro tendo como prazo o ano de 2009 para propostas de acções concretas e de implementação rigorosa. Revisão do Protocolo de Quioto.	-Erradicar a pobreza extrema e a fome; -Alcançar a educação primária para todos; -Promover a igualdade de género e dar mais habilitações às mulheres; - Reduzir a mortalidade infantil; - Melhorar as condições da maternidade; -Combater a SIDA, a malária e outras doenças; -Assegurar a sustentabilidade ambiental; -Desenvolver uma parceria global para o desenvolvimento dos países;

Fonte: Adaptado de Santos, et al, 2005.

## **2.2 A União Europeia e o Desenvolvimento Sustentável - O Papel das Empresas**

Na Europa as empresas são chamadas a dar a sua contribuição nos campos ambiental, social e económico. É o apelo ao princípio do Negócio Sustentado (NS). No Conselho Europeu de 2000 houve um forte apelo para a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) de acordo com princípios de boas práticas em áreas como a aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentado.

No mesmo ano a Comissão Europeia publicou o Livro Branco sobre a Responsabilidade Ambiental.

A orientação para um modelo de desenvolvimento sustentável tem como actores principais as empresas e por isso a Comissão Europeia, elaborou em Julho de 2001 o *Livro Verde: Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*.

Num Comunicado da Comissão em Julho de 2002 relativa à responsabilidade social das empresas e o seu contributo para o desenvolvimento sustentável, é reconhecido o papel das empresas como pilar essencial do crescimento sustentado.

É referido neste documento que a pressão do mercado para uma relação equilibrada entre o papel das empresas e o bem-estar da sociedade, faz com que se alterem os valores e os horizontes da actividade industrial.

A Europa tem uma longa tradição de iniciativas socialmente responsáveis (p.e. Portugal e o Grupo C.U.F. nos anos 70), mas o que agora se propõe é que a RSE seja gerida estrategicamente, ou seja, que as empresas sigam o princípio da inovação e do aperfeiçoamento contínuos e que tenham em conta as expectativas de todas as partes interessadas.

São ao mesmo tempo apontados neste documento os desafios para uma difusão destas práticas:



- Conhecer a ligação entre a RSE e o desempenho comercial das empresas;
- Informação e formação nas escolas sobre a RSE;
- Enquadramento político consensual;
- Sensibilização e recursos nas PME's;
- Transparência – falta de instrumentos reconhecidos para gerir e divulgar as políticas de RSE;
- Reconhecimento e apoio por parte de consumidores e investidores de comportamentos socialmente responsáveis;
- Coerência das políticas públicas;

Ao mesmo tempo é necessário desenvolver competências de RSE:

- Educação/formação dos Gestores;
- Trabalhadores;
- Sindicatos;
- Consumidores e outros agentes promotores da RSE;

A convergência e a transparência das práticas e instrumentos nos seguintes domínios da RSE, seria também desejável:

- Códigos de conduta;
- Normas de gestão;
- Contabilidade, auditoria e divulgação de relatórios;
- Rótulos;
- Investimento socialmente responsável;

É proposto e criado no mesmo documento, o Fórum Multilateral Europeu para a responsabilidade social, presidido pela Comissão Europeia e participado pelos representantes europeus dos trabalhadores, das empresas, dos sindicatos e de organizações não governamentais. É criado com o objectivo de estabelecer mesas redondas onde se trocam experiências e se discutem princípios gerais e comuns a todos os intervenientes, orientadores da prática de RSE.

As reuniões tiveram lugar nos anos de 2003 e 2004 e as conclusões foram apresentadas à Comissão em 29 de Junho de 2004,. No relatório são reafirmados os princípios, os standards e convenções internacionais e europeus acordados, é feita uma análise dos factores determinantes para a prossecução da RSE em termos de motivações, obstáculos e factores críticos de sucesso e finalmente as iniciativas futuras e as recomendações, o relatório final pode ser consultado no site, *EU CSR Forum final report*<sup>2</sup>

Dois anos mais tarde, em Dezembro de 2006, a Comissão reuniu este fórum, nele congregando Estados-Membros e instituições académicas.

Foi publicado pela Comissão Europeia um documento denominado ABC dos Principais Instrumentos da Responsabilidade Social (2004), dando seguimento ao Comunicado de Julho 2002 onde tinham sido identificados os cinco domínios (Códigos de conduta; Normas de gestão; Contabilidade, auditoria e divulgação de relatórios; Rótulos; Investimento socialmente responsável).

São apresentados na tabela 3 as iniciativas relevantes que podem servir de guia de práticas e instrumentos para cada um destes domínios na UE:

---

<sup>2</sup> [http://circa.europa.eu/irc/empl/csr\\_eu\\_multi\\_stakeholder\\_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm](http://circa.europa.eu/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm), acesso em 16 de Setembro de 2008.

**Tabela 3: Iniciativas Relevantes nos Principais Domínios Identificados na UE para a RSE**

Códigos de Conduta	<p><b>Princípios Intergovernamentais e Códigos de Conduta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OIT - declaração tripartida de princípios relativa às empresas multinacionais e à política social</li> <li>▪ OIT – declaração dos princípios fundamentais do direito no trabalho</li> <li>▪ OCDE – Guia para as empresas multinacionais (PME´s)</li> </ul> <p><b>Códigos de Conduta Para as Várias Partes Interessadas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comércio Ético</li> <li>▪ Princípios voluntários de segurança e de direitos humanos para o sector industrial de extracção</li> </ul> <p><b>Códigos de Conduta Modelo (p.e. desenvolvidos por ONG´s, sindicatos ou outras organizações)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Princípios da amnistia internacional para os direitos humanos nas empresas</li> <li>▪ <i>ICFTU</i> – Código de conduta básico para o trabalho</li> <li>▪ <i>UN Global Compact</i></li> </ul>
Normas de Gestão	<p><b>Standards de Trabalho</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social Accountability (SA 8000) (Condições de Trabalho)</li> <li>▪ ILO-OSH 2001 – Guia da OIT para a gestão da segurança e saúde ocupacional</li> <li>▪ OSHAS 18001 (segurança e saúde ocupacional)</li> </ul> <p><b>Normas de Gestão da Qualidade e Outras Ferramentas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ISO 9000</li> <li>▪ EFQM (Fundação Europeia para a Gestão da Qualidade) modelo para um negócio de excelência</li> <li>▪ AA (Accountability) 1000 – Instrumento de prestação de contas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ISO CR MSS (gestão da responsabilidade corporativa)</li> </ul> <p><b>Sistemas de Gestão Ambiental</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ EMAS (Eco-gestão e auditoria)</li> <li>▪ ISO 14000</li> </ul> <p><b>Iniciativas Nacionais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ AFNOR SD 21 00 - Orientações sobre o desenvolvimento sustentável - França</li> <li>▪ AENOR PNE 165001 (projecto de ética e instrumentos financeiros) e PNE 165010 (projecto de sistemas de gestão de padrões éticos) - Espanha</li> <li>▪ SIGMA (sustentabilidade e orientações integradas para a gestão) – Reino Unido</li> <li>▪ Investir nas pessoas - Reino Unido</li> <li>▪ O Q-RES projecto (quadro de gestão para a ética e a responsabilidade social das empresas) - Itália</li> </ul> <p><b>Iniciativas Sectoriais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ FORGE - Orientações sobre a gestão ambiental e a elaboração de relatórios para o sector dos serviços financeiros - Reino Unido</li> <li>▪ FORGE - Orientação para a responsabilidade social das empresas e a elaboração de relatórios de gestão para o sector dos serviços financeiros - Reino Unido</li> </ul>
Relatórios	<p><b>Iniciativas Públicas Nacionais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ França</li> <li>▪ Dinamarca</li> <li>▪ Holanda</li> <li>▪ Suécia</li> <li>▪ Reino Unido</li> </ul>

	<p><b>Iniciativas de Partes Interessadas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ GRI</li> <li>▪ Governância</li> <li>▪ Directivas, protocolos técnicos e iniciativas de sector</li> <li>▪ 2002 GRI Linhas de orientação para o relatório (Princípios, conteúdo, indicadores de performance, indicadores de confiança)</li> <li>▪ AA 1000s (Instrumento de prestação de contas)</li> </ul> <p><b>Outros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CDJES – Balanço Social (França)</li> <li>▪ BITC – Impacto corporativo dos relatórios de sustentabilidade (Reino Unido)</li> </ul>
Rótulos	<p><b>Organizações para o Comércio Justo e Rótulos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ FLO Internacional (Organizações de comércio justo e etiquetagem)</li> <li>▪ IFAT (Federação Internacional para o Comércio Alternativo)</li> <li>▪ EFTA (Associação Europeia de Comércio Justo)</li> <li>▪ NEWS (Rede Europeia de Lojas Mundiais)</li> <li>▪ FINE (Estrutura internacional informal que congrega as organizações como a Efta, Ifat e a FLO)</li> </ul> <p><b>Etiquetas Sociais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etiquetas Sociais – Bélgica</li> <li>▪ Etiquetas para tapetes e carpetes</li> <li>▪ Programa etiquetas de flores</li> </ul> <p><b>Etiquetas Ambientais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eco-etiquetas Europeias</li> <li>▪ Conselho para Administração das Florestas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Certificação Pan-Europeia para a Sicultura (PEFC)</li> </ul>
SRI	<p><b>Fundos de Investimento em Pensões</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Guias de orientação transparentes para investimento em fundos socialmente responsáveis</li> <li>▪ Regulação das pensões – Reino Unido</li> <li>▪ Comité intersindical para as poupanças salariais – França</li> </ul> <p><b>Agências de Avaliação e Pesquisa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Norma de qualidade voluntária para a pesquisa em SRI (CSRR-QS 1.0)</li> </ul> <p><b>Diálogo entre Empresas e Investidores/Analistas Financeiros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Divulgação de linhas orientadoras – ABI (Associação das companhias de seguro) – Reino Unido</li> <li>▪ Carta do Comité Recíproco para a Análise da Sustentabilidade em Empresas e Organizações</li> </ul>

Fonte: Comissão Europeia, ABC of the Main Instruments of Corporate Social Responsibility, 2004.

No Conselho Europeu da Primavera realizado em Março de 2005, é reconhecida a função-chave da RSE na prossecução do caminho para o DS e que ao mesmo tempo permite reforçar o potencial europeu da inovação e da competitividade.

Nas Orientações Integradas para o Crescimento e o Emprego (2005-2008), o Conselho recomenda aos Estados-Membros que incitem as empresas a desenvolver a RSE.

O “Reexame da Estratégia em favor do Desenvolvimento Sustentável” solicita às empresas, que considera como parceiros privilegiados, que se empenhem numa reflexão sobre as políticas a médio e longo prazo para um desenvolvimento sustentável.

Segundo a Comissão Europeia, a adopção de práticas de RSE melhorou graças ao diálogo social e aos conselhos de empresa europeus. Não obstante, os sindicatos e outros agentes externos como os investidores, os consumidores e as organizações não governamentais (ONG) poderiam contribuir ainda mais para a adopção de práticas de RSE, desempenhando um papel mais activo e recompensando o comportamento responsável das empresas.

### **2.3 O Estado do Desenvolvimento Sustentável na União Europeia**

Ao nível do DS, O Conselho Europeu aprovou em Junho de 2006, uma nova Estratégia Europeia (EU SDS)<sup>3</sup>.

São identificadas sete áreas chave de intervenção:

1. Alterações climáticas e energias limpas
2. Transportes sustentáveis
3. Produção e consumo sustentável
4. Conservação e gestão dos recursos naturais
5. Saúde pública
6. Inclusão social, demografia e migrações

---

<sup>3</sup> <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10917.en06.pdf>, acesso em 21 de Novembro de 2008.

## 7. Pobreza global e desenvolvimentos sustentáveis

As políticas transversais a estas áreas são:

- 8. Formação e Educação
- 9. Pesquisa e Desenvolvimento
- 10. Instrumentos Económicos e Financeiros
- 11. Comunicação, mobilização de actores e multiplicação do sucesso

Em 20 de Fevereiro de 2008 foi publicado o relatório final do Progresso do Desenvolvimento Sustentável na UE<sup>4</sup>. As principais conclusões são:

- i. Foi dada grande importância às **alterações climáticas e às energias limpas**, onde foram tomadas diversas iniciativas pelos vários Estados Membros. A maior atenção é prestada ao cumprimento do protocolo de Quioto, energias renováveis, biocombustíveis e eficiência energética. Por outro lado é prestada menos atenção à redução de emissões gasosas, às políticas energéticas ligadas à competitividade, segurança e ambiente.

Na área das alterações climáticas e das energias alternativas, o problema detectado foi a falta de coerência entre os objectivos e as acções, e que pode estar relacionado com a falta de alinhamento entre as políticas públicas e os objectivos climáticos em áreas como as políticas comerciais, agricultura, impostos, subsídios e outros instrumentos económicos, etc.

- ii. Na área dos **transportes sustentáveis**, há um grande focus nas emissões que provocam efeito de estufa (CO<sub>2</sub>), mas ao mesmo tempo a evidência das estratégias neste sentido estão pouco fundamentadas (p.e. está previsto o aumento para o dobro do transporte aéreo até 2020, mas os aeroportos e outras infra-estruturas não estão capacitadas para esta alteração; não há uma concertação de estratégias entre o crescimento económico a procura de transportes e a energia usada).

---

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/sustainable/docs/sds\\_progress\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/sustainable/docs/sds_progress_report.pdf), acesso em 15 de Novembro de 2008.



- iii. Na área da **produção e consumo sustentável**, as evidências são limitadas. O conceito de *SCP* está internacionalmente mal definido. Por exemplo os modelos de consumo são determinados por hábitos, tradições e considerações éticas, que não se alteram facilmente por força da legislação. Este é um processo lento que carece de diálogo, de experimentação social e de aprendizagem. O mesmo se passa com a área da produção por parte dos empresários quer a montante quer a jusante do processo produtivo.
- iv. Na **conservação e gestão dos recursos naturais**, o sucesso é parcial. Os maiores progressos são na área da biodiversidade e da designação de áreas naturais. Mas um dos maiores desafios continua a ser, conjugar o crescimento económico com a eficiência do uso dos recursos naturais. É também um grande desafio monitorizar os efeitos da extracção de recursos naturais de países fora da União Europeia, e aos quais a Europa recorre cada vez mais.
- v. Relativamente à **saúde pública** a informação dos diversos Estados é boa mas varia muito, por falta de uma base de indicadores coerentes para todos os países (excepto alguns indicadores estruturais usados pelo Eurostat). No entanto a Europa enfrenta nesta área grandes desafios como o estilo de vida das populações, condições de vida e de trabalho, acesso a serviços de saúde e a serviços sociais, condições ambientais e culturais. Isto deve-se principalmente ao envelhecimento da população e ao aumento de doenças relacionadas com o estilo de vida como a obesidade, a inactividade física, o consumo de álcool e tabaco. Outros factores como a qualidade do ar que respiramos, ruído e destruição da camada de ozono, influenciam a saúde de milhares de pessoas todos os anos. Outros poluentes como pesticidas, perturbações intestinais, dioxinas e PCBs persistem no ambiente e não se sabe quais os seus efeitos a longo-prazo na saúde.
- vi. **Inclusão social, demografia e migrações**, a informação dos países é razoável mas fragmentada. Um dos maiores desafios é garantir a qualidade de vida ao mesmo tempo que cresce o envelhecimento da população e aumenta a imigração. É uma área que atravessa vários aspectos da economia e da sociedade e é vital para o futuro da Europa.

A atenção vai para a redução da pobreza e para as políticas activas do mercado de trabalho, de forma a promover a inclusão de vários grupos alvo (p.e. trabalhadores mais velhos, jovens, migrantes, mulheres e deficientes).

- vii. **Pobreza global e desenvolvimentos sustentáveis**, são uma área que está para além do alcance individual dos Estados, como por exemplo os efeitos do aquecimento global nos países em desenvolvimento são longos e incertos, as tensões entre os objectivos de desenvolvimento como o crescimento da população e o respectivo impacto nos recursos e no ambiente. Os países têm-se focado até aqui em determinadas regiões geográficas que são particularmente importantes para eles. Uma boa base para suportar este desafio seria a criação de uma Organização Ambiental da União Europeia.

Relativamente às políticas que iriam apoiar estas áreas de intervenção as conclusões apresentadas relevaram o seguinte panorama:

- viii. **As políticas de educação e formação** centraram-se basicamente ao nível da educação nas escolas e esqueceram-se da formação contínua de adultos, bem como da formação profissional. Por outro lado o conceito de DS foi meramente confinado aos ensinamentos sobre a importância e a preservação do ambiente.
- ix. **Pesquisa e Desenvolvimento** no desenvolvimento sustentável, foi uma abordagem encontrada em menos de metade dos relatórios emitidos pelos Estados Membros. É dada grande importância à pesquisa e desenvolvimento nos campos das energias renováveis, poupança de energia, bem como novas tecnologias para os transportes. O contexto mais vasto do DS recebe pouca atenção. É necessário uma pesquisa científica no que concerne à sua utilização e compreensão e ainda uma interligação entre as ciências naturais e sociais na prossecução da causa do DS. A Alemanha é um exemplo neste campo.
- x. No que diz respeito à utilização de **instrumentos económicos e financeiros** para promover o DS, quase todos os membros referem uma introdução de impostos relacionados com o consumo energético e a

poluição. Mas só a Finlândia utiliza proveitos extraordinários na sua estratégia de DS.

- xi. **Comunicação, mobilização de actores e multiplicação do sucesso**, é uma política sem uma estratégia coerente por parte dos Estados Membros. As campanhas de comunicação versam somente alguns elementos do DS e não abordam o conceito como um todo. Poucos são aqueles Estados que parecem ambicionar uma percepção pública dos assuntos do DS numa escala mais ampla.
- xii. Claramente, o desafio para os Estados Membros implementarem e fazerem relatórios sobre o progresso da estratégia para o DS, é substancial. Requer uma boa cooperação interministerial e métodos de trabalho horizontais. O desafio de sintetizar todos os outputs varia consideravelmente entre os diversos Estados Membros.

## **2.4 Portugal e o Desenvolvimento Sustentável**

Em Portugal na Cimeira de Lisboa realizada em 2000, é definido como objectivo até 2010, que a Europa se torne a economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo. Para isso deve articular crescimento económico, que deve ser por um lado o motor da coesão social e respeitar o ambiente, e por outro deve servir para apoio a políticas de desenvolvimento sustentável. Deve existir uma boa relação custo-benefício entre o que é crescimento económico, desenvolvimento social e protecção ambiental.

Nesta linha e em complemento com a Estratégia de Lisboa é aprovada no Conselho Europeu de Gotemburgo, em Junho de 2001, a Estratégia de Desenvolvimento Sustentável onde é referido que “a longo prazo, o crescimento, a coesão social e a protecção ambiental são indissociáveis”.

Em Portugal o Ministro da Presidência nomeou uma equipa de projecto encarregue de, à luz do Programa do Governo e da Estratégia Europeia de Desenvolvimento Sustentável, bem como de todos os documentos e pareceres elaborados ao longo do processo, apresentar uma nova e actualizada proposta de **Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável 2015 (ENDS)** e o

respectivo **Plano de Implementação (PIENDS)**, que está organizada em torno dos seguintes sete objectivos<sup>5</sup>:

- Preparar Portugal para a “Sociedade do Conhecimento”
- Crescimento sustentado, competitividade à escala global e eficiência energética
- Melhor ambiente e valorização do património natural
- Mais equidade, igualdade de oportunidades e coesão social
- Melhor conectividade internacional do país e valorização equilibrada do território
- Um papel activo de Portugal na construção europeia e na cooperação internacional
- Uma administração pública mais eficiente e modernizada

Para além de programas governamentais de apoio, a pressão exercida pelos grandes grupos económicos é uma alavanca na actuação de acções de sustentabilidade.

A presente ENDS com o respectivo PIENDS, é neste momento, o resultado do esforço de uma reflexão iniciada em 2002, pois a sua versão final só foi aprovada na reunião do Conselho de Ministros em Dezembro de 2006.

No 1º Relatório Intercalar de Execução da ENDS 2015, publicado em Fevereiro de 2008, temos acesso a uma síntese dos progressos mais significativos atingidos em cada objectivo da estratégia, privilegiando a dimensão sustentabilidade (tabela 4)<sup>6</sup>.

As alterações climáticas são o tema central na agenda da sustentabilidade à escala do Globo, da Europa e de Portugal, por essa razão as políticas relacionadas com o combate às alterações climáticas merecem um destaque especial neste relatório.

---

<sup>5</sup> <http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/pt/desenvolvimentosustentavel/porque-esta-estrategia/lista.aspx>, acesso em 23 de Abril de 2008.

<sup>6</sup> <http://www.planotecnologico.pt/pt/desenvolvimentosustentavel/noticias-des/lista.aspx>, acesso em 26 de Novembro de 2008.

**Tabela 4: Síntese do 1º Relatório Intercalar do Plano ENDS 2015**

<b>Objectivos</b>	<b>Acções</b>
<b>Alterações climáticas</b> (redução de 27% das emissões gases com efeito de estufa - GEE - de 2008 a 2012, relativamente a 1990)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PNAC (programa nacional alterações climáticas)</li> <li>• PNALE II 2008-2012 (plano nacional de atribuição de licenças de emissão)</li> <li>• FPC (fundo português de carbono)</li> </ul>
<b>Preparar Portugal para a “Sociedade do Conhecimento”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reforma do Ensino Básico e Secundário;</li> <li>• Reforma da formação profissional</li> <li>• Reforma do Ensino Superior e de formação avançada</li> <li>• Aprendizagem ao longo da vida (Iniciativa Novas Oportunidades)</li> </ul>
<b>Crescimento sustentado e competitividade à escala global</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso à inovação empresarial</li> <li>• Promoção do empreendedorismo</li> <li>• Aumento do emprego</li> <li>• Aumento das exportações de produtos de alta tecnologia</li> <li>• Várias iniciativas no âmbito das TIC</li> </ul>
<b>Melhor ambiente e valorização do património natural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plano abastecimento água – PEAASAR II 2000-2006 e 2007-2013</li> <li>• Aumento da qualidade das águas balneares</li> <li>• Gestão integrada da zona costeira</li> <li>• Valorização do património natural – Plano estratégico nacional para o desenvolvimento rural; Estratégia nacional para as florestas; Plano nacional de defesa das florestas contra os incêndios; Estratégia nacional para os efluentes agrícolas e agro-industriais</li> <li>• Implementação de dois sistemas de certificação florestal (50% é eucalipto para fabrico de pasta papel)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservação e valorização de Áreas Protegidas, da Rede Natura e da Paisagem Rural</li> <li>• Conservação de espécies florísticas e faunísticas ameaçadas</li> <li>• Inventariação, caracterização e valorização do património geomineiro</li> <li>• Promoção do turismo para o desenvolvimento rural</li> <li>• Aprovação de leis que visam a redução de emissões de poluentes atmosféricos</li> <li>• Abordagem integrada da gestão de resíduos</li> <li>• Projecto prevenção de resíduos industriais</li> <li>• Melhoria da gestão dos riscos naturais</li> <li>• Legislação para prevenir a ocorrência de acidentes graves (riscos tecnológicos)</li> <li>• Promoção e sensibilização para a educação ambiental – programa Eco-Escolas; Projecto jovens repórteres para o ambiente; Campanha <i>Coastwatch</i>; Ecotecas, Programa Bandeira Azul, etc.)</li> <li>• Preservação e valorização do património construído</li> </ul>
<b>Mais equidade, igualdade de oportunidades e coesão social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lei de bases da segurança social</li> <li>• Proposta de reforma das medidas de política activa de emprego</li> <li>• Reforma da área da Saúde – melhoria do acesso, acções de carácter preventivo e de diagnóstico precoce</li> <li>• Expansão e qualificação da rede de serviços de proximidade</li> <li>• Programa de conforto habitacional para as pessoas idosas</li> <li>• Garantia de um rendimento básico de inserção</li> <li>• Medidas destinadas a pessoas com deficiência (IRS, IVA e ISV)</li> </ul>
<b>Melhor conectividade internacional do país e valorização equilibrada do território</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integração nas redes transeuropeias da política europeia de transportes (RTE-T, Auto-Estradas do Mar Portuguesas)</li> <li>• Rede ferroviária de alta velocidade</li> <li>• Rede nacional de plataformas logísticas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de cidades (redes urbanas para a competitividade e inovação)</li> </ul>
<b>Papel activo de Portugal na construção europeia e na cooperação internacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cimeira UE-África</li> <li>• Cimeira UE-Brasil</li> <li>• Cimeira UE-Rússia</li> <li>• Cimeira EU-Índia</li> <li>• Jornadas Europeias do Desenvolvimento</li> <li>• Relações bilaterais com Espanha</li> <li>• Actividades de divulgação cultural</li> <li>• Apresentação do 1º relatório bienal da Estratégia Europeia do Desenvolvimento Sustentável (EDS)</li> </ul>
<b>Uma administração pública mais eficiente e modernizada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE)</li> <li>• Sistema integrado de gestão e avaliação de desempenho na Administração Pública (SIADAP)</li> <li>• Empresa de gestão partilhada de recursos da Administração Pública</li> <li>• Agencia nacional de compras públicas</li> <li>• Projecto Nascer Cidadão</li> <li>• Criação do Cartão do Cidadão</li> <li>• Criação da Consulta a Tempo e Horas</li> <li>• Projecto Casa Pronta e Projecto Automóvel On-line</li> <li>• Sítio IEFP-NETemprego</li> <li>• Processo Marca na Hora; Constituição de uma Empresa On-line; Criação da Certificação de PME On-line</li> </ul>

Fonte: Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável - ENDS 2015, 1º Relatório Intercalar de Execução, 2008.

## 2.5 Instrumentos ao Serviço do Desenvolvimento Sustentável

No campo das organizações existem vários instrumentos disponíveis para que prossigam os objectivos propostos pelos respectivos países, quer sejam impostos pela legislação, quer sejam através de acções de voluntariado, para atingirem a responsabilidade social e desse modo contribuírem para o objectivo supremo do desenvolvimento sustentado. A tabela 5 ilustra vários tipos de instrumentos e os *websites* disponíveis.

**Tabela 5: Lista de Instrumentos de RSE**

Full name of instrument	Abbreviation used	Further information
AccountAbility 1000 Series	AA1000S	<a href="http://www.accountability.org.uk">www.accountability.org.uk</a>
Amnesty International's Human Rights Guidelines for Companies	Amnesty	<a href="http://www.amnesty.org.uk/business/pubs/hrgc.shtml">www.amnesty.org.uk/business/pubs/hrgc.shtml</a>
Vigeo - corporate social responsibility rating	ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices)	<a href="http://www.aresa-sa.com">www.aresa-sa.com</a>
Dow Jones Sustainability Group Index	DJSGI	<a href="http://www.sustainability-index.com/">www.sustainability-index.com/</a>
ECCR/ICCR Benchmarks for Global Corporate Responsibility	ECCR/ICCR	<a href="http://www.web.net/~tccr/benchmarks/">www.web.net/~tccr/benchmarks/</a>
Eco-Management and Audit Scheme	EMAS	<a href="http://europa.eu.int/comm/environment/emas/">europa.eu.int/comm/environment/emas/</a>
Ethical Trading Initiative Base Code	ETI	<a href="http://www.ethicaltrade.org">www.ethicaltrade.org</a>
EU Eco-label criteria	Eco-label	<a href="http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel">europa.eu.int/comm/environment/ecolabel</a>
Forest Stewardship Council's Principles and Criteria for Forest Management	FSC	<a href="http://www.fsc.org">www.fsc.org</a>
FTSE4Good Selection Criteria	FTSE4Good	<a href="http://www.ftse4good.com">www.ftse4good.com</a>



Full name of instrument	Abbreviation used	Further information
Global Reporting Initiative Guidelines	GRI	<a href="http://www.globalreporting.org">www.globalreporting.org</a>
IFOAM Basic Instruments	IFOAM	<a href="http://www.ifoam.org">www.ifoam.org</a>
International Organization for Standardization ISO9000 & 14000	ISO9000/14001	<a href="http://www.iso.ch">www.iso.ch</a>
Organisation for Economic Co-operation and Development Guidelines for Multinational Enterprises	OECD	<a href="http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/">www.oecd.org/daf/investment/guidelines/</a>
Social Accountability 8000	SA8000	<a href="http://www.cepaa.org">www.cepaa.org</a>
SIGMA Guidelines	SIGMA	<a href="http://www.projectsigma.com">www.projectsigma.com</a>
Global Sullivan Principles	Sullivan	<a href="http://www.globalsullivanprinciples.org">www.globalsullivanprinciples.org</a>
UN Global Compact	UN GC	<a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a>
WHO/UNICEF International Code on Marketing of Breastmilk Substitutes	WHO / UNICEF	<a href="http://www.who.int/nut/documents/code_english.PDF">www.who.int/nut/documents/code_english.PDF</a>

Fonte: Comissão Europeia, Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility, 2003.

Por sua vez os vários instrumentos são de uma maneira geral agrupados em quatro áreas chave de trabalho, dependendo do patamar a que as empresas aspiram em termos de responsabilidade social. Podem ao mesmo tempo prosseguir vários objectivos como por exemplo obter a certificação nas normas de gestão ISO (9000&14000) e fazer o relatório dos indicadores de sustentabilidade através da ferramenta GRI, ou outras combinações que considerem pertinentes para a sua estratégia (tabela 6).

**Tabela 6: Instrumentos e Organizações Envolvidas**

INSTRUMENT	Organisations Involved						
	Existing organisations					New organisations formed	
	Govern-ment/ Multilateral Body	Busi-nesses/ business grouping	Technical Instruments organisa- tion	NGO/ NGO grouping	Commercial Ratings Body	New instru- ments body	Multi- sector partnership
Aspirational Principles and Codes of Practice							
UN GC	🏠	✓✓					🏠
Amnesty				🏠			
ETI	✓✓	✓✓✓		✓✓✓			🏠
Sullivan		✓✓		✓✓✓		🏠	
OECD	🏠	✓	✓	✓			
WHO / UNICEF	🏠	✓		✓			
ECCRI/ICCR				🏠			
Management Systems and Certification Schemes							
SA8000	✓✓	✓✓✓		✓✓✓		🏠	
ISO	✓	✓	🏠	✓			
EMAS	🏠						
EU Eco-label	🏠						
FSC		✓✓✓		✓✓✓		🏠	
Rating Indices							
DJGSI		✓		✓	🏠		
FTSE4Good		✓		✓	🏠		
ASPI		✓		✓	🏠		
Accountability and Reporting Frameworks							
GRI	✓✓	✓	✓	✓✓✓	✓	🏠	
AA1000S	✓	✓✓✓	✓	✓✓✓	✓	🏠	

SYMBOL	MEANING
🏠	Institutional home
✓✓✓	Involved at governance level
✓✓	Involved as member or supporter
✓	Included in consultation
	No involvement

Fonte: Comissão Europeia, Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility, 2003.

O objectivo final da responsabilidade social é reduzir aspectos como a pobreza, o abuso dos direitos humanos, a degradação ambiental e ao mesmo tempo, aumentar a sustentabilidade dos meios de subsistência, da educação e da biodiversidade. Os instrumentos utilizados para a se chegar à responsabilidade social versam por vezes só um dos pilares do desenvolvimento (o social, o económico, o ambiental), dando menos importância às outras áreas, à excepção do instrumento *GRI* que trabalha os três pilares do *triple bottom line*<sup>7</sup>. A tabela 7 na página seguinte, mostra o que cobre cada um dos instrumentos em termos do *triple bottom line*. Os princípios e códigos de conduta estão mais desenvolvidos para o aspecto social e menos para o económico ou o ambiental. Os sistemas de gestão e de certificação estão mais desenvolvidos para a área ambiental enquanto os índices de classificação, ferramentas de responsabilidade e de relatório abrangem as três áreas.

---

<sup>7</sup> Em português designado como os três P's – Planet, People, Profit (Planeta, Pessoas e Lucros, ou seja, o Ambiente, as Pessoas e a Economia).

**Tabela 7: Triple Bottom Line**

INSTRUMENT	ASPECT		
	Economic	Social	Environmental
<b>Aspirational Principles and Codes of Practice</b>			
<i>UN Global Compact</i>	✓	✓	✓
<i>Amnesty International Guidelines</i>		✓✓	
<i>ETI</i>		✓✓✓	
<i>Sullivan Principles</i>		✓✓	
<i>OECD Guidelines for MNEs</i>	✓	✓	
<i>WHO / UNICEF Breastmilk</i>		✓✓	
<i>ECCR/ICCR</i>		✓	
<b>Management Systems and Certification Schemes</b>			
<i>SA8000</i>		✓✓	
<i>ISO9000 / ISO14001</i>			✓✓
<i>EMAS</i>			✓✓✓
<i>EU Eco-label</i>		✓	✓✓
<i>FSC</i>		✓	✓✓
<b>Rating Indices</b>			
<i>DJGSI</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>FTSE4Good</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>ASPI</i>	✓	✓✓	✓✓
<b>Accountability and Reporting Frameworks</b>			
<i>GRI</i>	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
<i>AA1000S</i>	✓	✓✓✓	✓

SYMBOL	MEANING
✓✓✓	Inclusion, with extensive coverage
✓✓	Inclusion, with some coverage
✓	Inclusion, with minimum reference
	No inclusion

Fonte: Comissão Europeia, Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility, 2003.

As dimensões dos vários instrumentos da responsabilidade social aplicam-se a um elevado número de actividades, no entanto a estandardização está a

crescer. A tabela 8 mostra-nos as várias dimensões cobertas por cada um dos instrumentos em termos de: áreas cobertas, companhias e sectores cobertos, o âmbito da sua actuação e a área do *triple bottom line* na qual se concentram mais.

**Tabela 8: Instrumentos e Áreas Cobertas pela RSE**

INSTRUMENT	ISSUE										
	Financial	Economic Development	Consumer Affairs	Human Rights	Employee Relations	Community Investment	Bribery and Corruption	Bio diversity	Air quality and noise pollution	Energy and water	Waste and raw materials
<b>Aspirational Principles and Codes of Practice</b>											
UN GC	✓	✓✓	✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓	✓	✓✓	✓	✓	✓
Amnesty		✓		✓✓✓	✓✓		✓✓				
ETI		✓		✓✓✓	✓✓		✓				
Sullivan		✓		✓✓✓	✓						
OECD	✓✓	✓		✓			✓✓				
WHO / UNICEF			✓✓	✓✓							
ECCR/ICCR			✓	✓	✓	✓					
<b>Management Systems and Certification Schemes</b>											
SA8000				✓✓✓	✓✓✓		✓				
ISO9000 / ISO14001											
EMAS								✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
EU Eco-label			✓✓✓					✓✓✓	✓	✓✓✓	✓✓✓
FSC								✓✓✓			✓✓✓
<b>Rating Indices</b>											
DJGSI	✓			✓	✓	✓		✓			✓
FTSE4Good	✓			✓	✓	✓		✓			✓
ASPI	✓		✓	✓	✓	✓		✓			✓
<b>Accountability and Reporting Frameworks</b>											
GRI	✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
AA1000S		✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓	✓	✓	✓

SYMBOL	MEANING
✓✓✓	Inclusion, with extensive coverage
✓✓	Inclusion, with some coverage
✓	Inclusion, with minimum reference
	No inclusion

Fonte: Comissão Europeia, Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility, 2003.

### 3. A Responsabilidade Social

#### 3.1 Principais Contributos para o Aparecimento da Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social está frequentemente associada à conduta das organizações e daí falar-se em Responsabilidade Social das Empresas ou das Organizações num sentido mais geral, mas o conceito em si mesmo não é novo. É frequentemente associado aos grandes grupos empresariais (multinacionais) que devido à sua dimensão têm por um lado, a capacidade de influenciar decisões políticas e regulamentos nesta matéria nomeadamente nos países onde operam, e por outro, dispõem dos recursos necessários à sua implementação.

Mas para que este conceito tenha emergido com grande significado no mundo político e dos negócios há uma série de factores que segundo Kercher (2006), são relevantes:

- O fenómeno da **globalização** e a proliferações além fronteiras das grandes empresas levaram a um aumento da preocupação nas práticas de RSE nomeadamente aquelas relacionadas com os direitos humanos, protecção ambiental, segurança e saúde e atitudes anti-corrupção;
- **Organizações como a ONU, a OCDE e a OIT**, desenvolveram pactos, declarações, guias de actuação, princípios e outros instrumentos que traçam as linhas orientadoras de uma conduta socialmente aceitável por parte das organizações;
- O acesso à **informação e aos media** permite ao público em geral estar melhor informado e monitorizar as actividades das empresas;
- **Investidores e consumidores** demonstram cada vez mais um interesse em negócios sustentáveis e procuram saber mais acerca de como as empresas lidam com os riscos e as oportunidades relacionadas com assuntos sociais e ambientais;

- **Os recentes colapsos** de algumas empresas contribuíram para um sentimento de desconfiança e uma crescente procura de empresas que desenvolvam governância corporativa e sejam transparentes na emissão dos seus relatórios financeiros;
- Há uma aproximação de expectativas entre os cidadãos de vários países relativamente a **standards mínimos de actuação** das empresas nos assuntos ambientais e sociais;
- **Crescente consciencialização** da inadequação por vezes das políticas das grandes empresas e das práticas de RSE.
- Podemos ainda acrescentar a **pressão do mercado** para a crescente consciencialização das empresas em alterarem os seus comportamentos e para seguirem uma linha de actuação onde os princípios éticos e cívicos tomam pouco a pouco o seu lugar no mundo nos negócios.

Ao mesmo tempo que a RSE se apresenta às empresas como uma nova ferramenta de gestão, apresenta-se à sociedade como uma nova forma de Governância. É uma ferramenta que permite aos governos nos países democráticos contar com uma ajuda para resolver problemas na área social. Há por partes destes governos um duplo interesse na RSE, por um lado tornar as empresas mais responsáveis e por outro, contar com a sua ajuda na tarefa de governar estes assuntos.

Em diversos países, particularmente naqueles em vias de desenvolvimento, mas não só, os governos tem graves lacunas na implementação do bem-estar social. Neste caso são as empresas que asseguram os direitos laborais, a educação e os serviços de saúde para os trabalhadores e para as suas famílias (Moon, 2007).

A título de exemplo em Portugal a Nova Delta situada em Campo Maior no Alentejo, é fruto desse trabalho conjunto entre empresa e governo numa região desfavorecida do nosso país, garantindo à população desde creches, escolas, serviços de saúde, ao mesmo tempo que lhes garantem emprego. Digamos que aqui o poder local está muito favorecido pela actuação da empresa ao

nível das estruturas sociais, tendo dado em troca possivelmente os terrenos para a construção dessas infra-estruturas. Não é invulgar assistirmos nas regiões mais desfavorecidas no nosso país, como forma de atrair empresas, à cedência de terrenos industriais a preços muito convidativos, não se assistindo à especulação dos preços praticados na periferia dos grandes centros urbanos, mesmo em zonas de características industriais.

A aceleração da globalização, ainda de acordo com Moon (2007), deixou efectivamente uma lacuna de governação nas actividades além fronteiras, pois há excepção da União Europeia, verifica-se uma ausência de instituições governamentais internacionais.

Esta é também uma ideia partilhada por Zadeck em Rego et al (2007), onde refere que no quadro da nova economia as empresas em associação com outras organizações podem desenvolver novas formas de governação civil.

As organizações sejam elas grandes, médias ou pequenas, são geradoras de trabalho e riqueza. Devem antecipar e reconhecer as suas consequências – positivas ou negativas, internas ou externas, locais ou globais, bem como culturais. As empresas de hoje não têm só o dinheiro como única motivação. O seu ciclo de vida é diferente, são mais dinâmicas e enfrentam desafios constantes Gully et al (2006).

E este facto é a constatação de que a visão sistémica da realidade passa também pela vida das empresas, alterando as relações destas com a sociedade e vice-versa.

Como afirmam Porter e Kramer (2006), mas no essencial o que deve guiar as acções de RSE não é aquilo que é digno ou meritório, mas aquilo que apresenta uma oportunidade de criar valor partilhado para a empresa e a sociedade, beneficiando as duas. E desse modo essa relação sistémica deverá funcionar de forma a proporcionar benefícios recíprocos. Segundo os autores é esta a relação que defendem que deva existir entre a RSE e o negócio para o qual elas foram criadas.



### 3.2 Responsabilidade Social Empresarial

Depois de algumas leituras e abordagens ao tema da RSE é consensual entre os vários autores que não é um conceito fácil de definir. Tal como o papel das empresas na sociedade muda, o conceito está também em constante evolução.

A Comissão Europeia define RSE como a “integração voluntária das preocupações sociais e ambientais, por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas”.<sup>8</sup>

O *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2001), define a RSE como “o compromisso adoptado pelas empresas em contribuírem para o desenvolvimento económico sustentável, enquanto promovem a qualidade de vida dos trabalhadores e das suas famílias, das comunidades locais e da sociedade em geral”, ou seja, “o compromisso das empresas na promoção do bem-estar das sociedades nas quais actuam directamente”.

Apesar do conceito de RSE ser também diferente para os vários países, nomeadamente da União Europeia. Tem uma especificidade cultural, varia de acordo com a tradição política, a natureza do diálogo social e a forma como os assuntos sociais e ambientais são regulados pela lei. É necessário haver um entendimento comum ao nível da UE, mas ao mesmo tempo há que adaptar essa informação às condições particulares das regiões e dos países.

No artigo de Dahlsrud (2008), onde foram analisadas 37 definições que apesar de congruentes nas dimensões que abordam (voluntariedade, partes interessadas, social, ambiental, económica), o autor conclui que a confusão não é tanto como é que a RSE é definida, mas antes como é que é socialmente construída num dado contexto económico, social e cultural.

---

<sup>8</sup> Definição do Livro Verde apresentado pela Comissão Europeia em Julho de 2001.

À medida que o papel das empresas muda perante a sociedade e que cresce uma maior consciencialização da necessidade da procura de um equilíbrio social e ambiental, da vantagem competitiva e da criação de valor para o mercado que a RSE pode trazer, altera-se também a forma como as empresas encaram estas acções.

Nos anos 80 falava-se em **Filantropia**, estávamos na época de criação de Fundações e de ONG's. Desenvolvimento de acções que não acrescentavam grande valor ao negócio, as preocupações centravam-se em serem empresas *green*.

Nos anos 90 aparece o conceito de **Eco-Eficiência**, no sentido da prevenção da poluição e redução do lixo, utilização de recursos renováveis, surgem os Sistemas de Gestão Ambiental, mas é dada pouca atenção à dimensão social.

A partir do ano de 2000-05 fala-se então em **Responsabilidade Social**, há a preocupação das empresas em transmitirem directivas de responsabilidade pela sua cadeia de valor nomeadamente no que diz respeito às práticas laborais, diálogo com os *stakeholders*, há uma maior transparência nos reportes de informação no que concerne às acções ambientais, sociais e económicas (*Triple Bottom Line*), o investimento é também social, há uma preocupação com os direitos humanos e com o combate à corrupção.

Hoje fala-se de **Oportunidade Social**, e neste âmbito temos novos produtos, novos mercados, ou seja, novas oportunidades de negócio. Ao mesmo tempo que se melhora a qualidade de vida dos consumidores, há um crescimento das receitas, em parte devido às novas oportunidades de negócio.

Um exemplo disso é quando as empresas globais investem em estratégias para melhorar a vida de pessoas que vivem na base da pirâmide económica nos países em desenvolvimento, tornando as suas acções sociais em oportunidades sociais, estão ao mesmo tempo a potenciar milhares de consumidores.

### **3.3 Os Níveis de RSE – *Canadian Business for Social Responsibility* e Simon Zadeck**

Mas apesar das pressões para a promoção da RSE, nem todas as empresas adoptam logo e da mesma forma o comportamento esperado de uma empresa responsável.

A organização canadiana CBSR fala por isso em vários níveis de RSE, que dependem do estado em a empresa se encontra no que diz respeito à visão de sustentabilidade desenvolvida pela gestão. Perceber o impacto global (económico, social e ambiental) do negócio é primordial para se perceber como iniciar estas acções e como mantê-las ao longo da vida da empresa.

Segundo a organização CBSR a aproximação a esta política é gradual e deve começar por:

- a) Auto-análise para determinar que tipo de iniciativas a empresa já implementou e qual o nível de compromisso (política da empresa, programas de actuação, sistemas de gestão, etc.). Pode por exemplo ser feito através de uma auditoria.
- b) Determinar quais são as áreas prioritárias. Registrar as forças e as fraquezas e estabelecer prioridades de actuação que vão de encontro às necessidades da empresa. Estabelecer se pretendem arriscar financeiramente mas ganhar reputação ou estabelecer estratégias de custo/benefício ou uma combinação de ambas.
- c) Estabelecer um código de conduta para legitimar toda a actuação em torno da RSE. É o estabelecer de um compromisso e de um guia para empregados, fornecedores, para a comunidade, para os clientes e outras partes interessadas, para garantir que todos se movem na mesma direcção.

- d) O nível mais profundo de RSE acontece quando uma empresa é tida como exemplar, como líder, encorajando e dando suporte a outras para que adoptem iniciativas ambientais e sociais.

Já o autor Zadeck no livro de Rego et al (2007), refere que a RSE passa na vida das empresas por várias situações a que faz corresponder várias etapas do seu exercício:

1ª Geração – Responsabilidade Social não Estratégica. Integram-se aqui por exemplo as acções de filantropia. São práticas pontuais e que não fazem parte da estratégia da empresa. Podem no entanto aumentar a sua reputação.

2ª Geração – Responsabilidade Social Estratégica. Segundo o autor esta fase está em grande desenvolvimento e passa pelo envolvimento de toda a empresa. Por exemplo na implementação de Sistemas de Gestão Ambiental (EMAS, ISO 14001), ou já na implementação de sistemas mais completos como o Sistema de Responsabilidade Social – SA 8000.

3ª Geração – Responsabilidade Competitiva. Esta geração marca um estágio bastante avançado pautando-se por uma intervenção directa das empresas na sociedade e quase sempre em cooperação com outras organizações e o poder público. É uma forma de Governo Civil por parte das empresas.

### 3.4 As Diferentes Abordagens sobre a Responsabilidade Social

Alguns autores preferem falar em responsabilidade empresarial, pois são da opinião que não faz sentido falar de responsabilidade social fora do contexto de desenvolvimento sustentável, o que pressupõe o desenvolvimento equilibrado nas suas múltiplas dimensões.

A empresa surge assim como o actor social principal: prossegue o seu objectivo que é gerar riqueza, mas tem em atenção as influências que exerce na envolvente interna e externa. Como qualquer cidadão tem direitos, mas possui responsabilidades. Os gestores possuem e transpõem para os seus objectivos estratégicos, uma cultura de responsabilidade. Neste sentido há uma noção de equilíbrio entre o exercício da actividade da empresa e o meio envolvente – cidadania empresarial. Como a palavra cidadania indica no caso do cidadão, o comportamento vai para além daquilo que a empresa é obrigada a fazer, como as imposições das leis e aquilo que pode fazer, como acto voluntário da gestão.

A responsabilidade social das empresas comporta como já foi referido três dimensões: a económica, a social e a ambiental.

É também consensual entre vários autores que não é um conceito fácil de definir, de uma forma geral, considera-se que existe responsabilidade social, sempre que uma empresa desenvolve a sua acção numa perspectiva de criação de valor no domínio económico, social e ambiental (Santos et al, 2006).

É por outro lado um conceito em constante evolução, uma vez que acompanha as tendências predominantes que as organizações têm relativamente ao seu papel social, quer por parte dos *stakeholders* (partes interessadas), quer por parte da sociedade em geral.

É importante descrever sucintamente, para o enquadramento teórico do estudo a desenvolver, as várias teorias existentes sobre a responsabilidade social.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Para uma leitura mais completa consultar Rego, et al (2007).

São quatro as abordagens que olham para a empresa enquanto entidade moral ou ética.

### **3.4.1 Teorias Instrumentais**

Esta abordagem tem na sua génese Milton Friedman (Rego et al, 2007) e são denominadas teorias instrumentais pois têm como critério a maximização do valor para o accionista/proprietário. O autor tende a ser encarado como um crítico da RSE por ter dito que a função da gestão de qualquer empresa é gerar dinheiro e dessa perspectiva acções de responsabilidade social seriam apenas instrumentos para ajudar no objectivo de maximização do lucro. É pois considerado por muitos como fundamentalista e anti-responsabilidade social.

Esta abordagem divide-se em três subtipos de teorias:

- a) Maximização do valor para o accionista;
- b) Estratégia para a vantagem competitiva;
- c) Marketing de causas;

Pensamos que contudo esta corrente não é necessariamente anti-responsabilidade social, de acordo com Rego et al, com base nos contributos de Porter e Kramer vem afirmar que “ (...) os benefícios sociais advenientes são superiores aos que poderiam ser alcançados com os contributos filantrópicos dos indivíduos. Ou seja: contrariamente ao que presume a tese de Friedman, os contributos das empresas podem ser qualitativamente superiores àqueles que os indivíduos (por exemplo, seus proprietários) poderiam proporcionar.” (2007:137)

Das Teorias Instrumentais gostaríamos de salientar o subtipo *Marketing de Causas*, pois é onde a visibilidade das acções sociais se tornam maiores para a sociedade em geral, envolve quase sempre uma estratégia de comunicação. Há neste tipo de marketing uma troca entre os clientes de um determinado produto e uma organização não governamental que gere essa oferta, por exemplo as campanhas dos relógios *Swatch* em Portugal, para ajudar a construir a Casa do Gil, são um exemplo entre muitos outros.

### **3.4.2 Teorias Políticas**

As teorias políticas focalizam-se nas interações e nas ligações estabelecidas entre as empresas e a sociedade. Assumem que as empresas exercem sobre a sociedade onde estão inseridas um determinado poder e que o devem gerir responsabilmente. Divide-se também em três correntes:

- a) Constitucionalismo empresarial;
- b) Teoria do contrato social integrativo;
- c) Cidadania empresarial;

Destacaríamos nesta corrente a Cidadania Empresarial mas ao nível global – Cidadania Global. No sentido em que as grandes empresas multinacionais podem influenciar com o seu poder as diferentes comunidades para onde se deslocam num sentido responsável. Ao lidarem com diferentes *stakeholders* é exigido às empresas que os respeitam na sua dignidade. É bastante comum em países pobres assistirmos a casos de exploração de mão-de-obra barata, infantil, más condições de trabalho, etc. No entanto e devido também à exposição mediática a que estas empresas estão sujeitas a própria sociedade exerce um controle sobre as mesmas. Há cada vez mais um controle das sociedades sobre as empresas e não só dos seus accionistas.

As teorias políticas parecem fazer mais sentido quando estamos perante grandes grupos económicos que se instalam numa determinada região e que têm capacidade de influência sobre a sociedade e vice-versa. No caso português talvez se possa fazer uma analogia para os parques industriais que nascem de um conjunto de empresas instaladas na mesma área geográfica ou no caso de estudo da Nova Delta e da sua actuação em Campo Maior, onde efectivamente RSE e cidadania empresarial parecem ser de difícil distinção quanto às acções que cabem num ou noutro conceito.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Para um maior esclarecimento ver caixa 4.5 “Cidadania corporativa versus responsabilidade social das empresas” em Rego et al (2007:148).

### **3.4.3 Teorias Integrativas**

As teorias integrativas referem-se à forma como as empresas integram as exigências sociais na sua orientação e nos seus processos de negócio. O crescimento das empresas, até a sua existência depende desta integração. A comunidade tem solicitações a que as organizações devem responder, integrando-as nas suas decisões e acções. Dentro desta teoria há quatro correntes:

- a) Gestão de assuntos sociais;
- b) Responsabilidade Pública;
- c) Gestão dos *stakeholders*;
- d) Desempenho social da empresa;

Deve estar atenta a aspectos sociais da envolvente e enquadrá-los na sua política de actuação. Deve orientar-se quer pelos interesses dos accionistas quer pelos interesses de outras partes interessadas como por exemplo trabalhadores, comunidades locais, clientes, concorrentes, autoridades públicas, fornecedores, associações não governamentais, enfim a sociedade em geral.

Nesta corrente é importante sublinhar que os lucros da empresa são a condição primordial para que se desenvolvam acções de RSE , inclusivamente o cumprimento legal que é o patamar mínimo para um conduta aceitável pode ser posto em causa se a empresa não gerar lucros. Por exemplo as obrigações ambientais de controlo de emissões gasosas em Portugal, obrigam a análises semestrais da qualidade do ar bastante dispendiosas e que não acrescentam lucro directo à empresa. Se não houver disponibilidade financeira para o fazer, talvez existam ainda hoje muitas empresas que não cumprem este requisito da legislação, muito menos se não obtiverem lucro. Mas o que esta corrente nos mostra é que por vezes há actividades da empresa que não são reguladas nem ilegais e é sobre essas zonas que a empresa deve estar atenta e actuar. Por exemplo as notícias avançadas pelos meios de comunicação social, os grupos de pressão. São elementos que devem ser avaliados pela empresa e sempre que possível tratados na forma de resposta à comunidade envolvente.



### 3.4.4 Teorias Éticas

Por último temos as teorias éticas, procuram identificar quais os princípios éticos que as empresas devem seguir. O que é correcto que façam para o bem da sociedade. Estão também divididas em quatro correntes:

- a) Teoria normativa dos *stakeholders*;
- b) Direitos Universais;
- c) Desenvolvimento Sustentável;
- d) O bem comum;

Os direitos universais das empresas baseiam-se na Declaração Universal dos Direitos do Homem (adoptada pelas Nações Unidas em 1948), ou em outras declarações internacionais relacionadas com os recursos humanos, os direitos laborais e a protecção ambiental. Os princípios de *Sullivan* criados pelo reverendo Sullivan e que foram anunciados pelas Nações Unidas em 1999, foram também adoptados por inúmeras organizações.<sup>11</sup> O Pacto Global das Nações Unidas é também um código de conduta de adesão voluntária criado por Kofi Annan no ano de 2000 e ao qual aderiram algumas empresas portuguesas ( 28 empresas portuguesas).<sup>12</sup>

No âmbito do Desenvolvimento Sustentável e da expansão deste conceito já se defende a necessidade de incluir também as dimensões sociais e culturais, para além das ambientais, como forma de garantir o desenvolvimento a longo prazo. Se bem que há volta deste conceito se desenrola alguma polémica com o argumento de que esta área é da responsabilidade dos governos.

Depois da exposição das quatro abordagens ao conceito de RSE, pensamos poder afirmar que os governos são efectivamente as instituições com poder para desenhar políticas neste sentido. Mas são no entanto as empresas e nomeadamente os grandes grupos económicos, denominados pelos autores

---

<sup>11</sup> <http://www.thesullivanfoundation.org/gsp/default.asp> acesso em 17 de Março de 2008.

<sup>12</sup> <http://www.unglobalcompact.org/ParticipantsAndStakeholders/index.html>, acesso em 17 de Março de 2008.

Rego et al (2007:146) de “Etados-nação económicos”, e que devido ao seu poder económico dominam uma região, influenciam os aspectos económicos e sociais e podemos acrescentar, também os políticos.

Esta abordagem faz parte das teorias políticas e tem o poder de influenciar uma ou várias nações, dependendo das relações comerciais que estabelecem com os países. Concorrem com os Estados-nação políticos em termos de influência e desse modo podem também constituir um dos parceiros com voto político na criação de políticas de desenvolvimento sustentável.

A regulação dos comportamentos socialmente responsáveis das empresas pelo mercado é apontada pelos autores Rego et al (2007), como a lógica que impera na actuação dos *stakeholders* e nas suas escolhas económicas. A sociedade em geral tem tendência para escolher empresas que respeitem o meio ambiente, os direitos humanos, que paguem os seus impostos, e isso faz com que aquelas empresas que não actuam neste sentido sejam castigadas pelo mercado. É a lei do mercado a impor os seus valores sociais e morais às empresas.

## 4. Empresas e a Responsabilidade Social na Prática

### 4.1 As Dimensões da RSE

Para as empresas que encaram o acto voluntário e sujeito a auto-regulação de promoção da RSE existem vários referenciais internacionais, podendo as empresas escolher qual o guia mais indicado para a publicação do seu relatório de sustentabilidade. Na tabela 9 estão reflectidos os indicadores de performance dos principais referenciais internacionais, no entanto no capítulo do Desenvolvimento Sustentável a informação e a comparação dos vários instrumentos está exposta de uma forma muito clara através das tabelas apresentadas.

**Tabela 9: Dimensões da RSE**

Guias	CATEGORIAS						
GRI	Ambiente	Direitos Humanos	Práticas e Trabalho Decente	Sociedade	Responsabilidade do Produto	Economia	
Ethos	Valores e Transparência	Público Interno	Meio Ambiente	Fornecedores	Consumidores	Comunidade	Governo e Sociedade
Sigma	Capital Natural (Ambiente)	Capital Social (Relações sociais e cooperação)	Capital Humano (Pessoas)	Capital Industrial (bens materiais)	Capital Financeiro (Lucro, vendas, acções, dinheiro)		
CBSR	Comunidade	Empregados	Clientes	Accionistas	Fornecedores	Ambiente	

A RSE tem duas dimensões, uma interna e outra externa. Na dimensão interna integram-se a gestão dos recursos humanos, saúde e segurança no trabalho, adaptação à mudança, gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais. Na dimensão externa consideram-se as comunidades locais, os parceiros comerciais, fornecedores e consumidores, os direitos humanos e as preocupações ambientais globais.

## **4.2 Benefícios para a Implementação da RSE**

A importância da responsabilidade social no campo empresarial pode ser explicada por quatro principais factores : o Mercado, a Sociedade, o Governo e a Globalização (Moon, 2007).

Podem funcionar em conjunto ou separadamente conforme o contexto onde as empresas estão inseridas, no entanto, contribuem sem dúvida para a promoção da RSE. O mercado através dos consumidores, dos empregados, dos investidores, dos fornecedores e dos clientes. A sociedade através da escolha selectiva dos consumidores e dos empregados que preferem trabalhar numa empresa socialmente responsável, a pressão das ONG's, da comunicação social, das associações empresariais. O Governo ao lançar medidas e programas de encorajamento e da própria legislação. A globalização que pode ser vista como uma oportunidade para o negócio, e que ao mesmo tempo levanta novos imperativos para os negócios além fronteiras.

Mas a questão que se coloca às empresas cada uma com a sua especificidade própria, é a de saber o que constitui para cada uma delas a responsabilidade social do seu negócio? Qual é a melhor solução para lidar com os desafios deste fenómeno?

O *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), desenvolve desde o ano 2000 o projecto “Comunicar o Desenvolvimento Sustentável”, com o objectivo de apoiar associadas e a restante comunidade empresarial na transição dos relatórios ambientais para os do desenvolvimento sustentável. Visto os relatórios ambientais serem um dos primeiros instrumentos e o mais comum entre as empresas que começam por desenvolver práticas na área da responsabilidade social.

Há muitos argumentos a favor do desenvolvimento sustentável: morais, éticos, ambientais e outros, mas o WBCSD enquanto conselho empresarial, enfatiza a vertente empresarial. As empresas têm que ser capazes de demonstrar que o seu empenho e a sua contribuição para o DS, incluindo a comunicação, têm uma lógica empresarial.

A própria comunicação externa e a pressão do mercado pressupõe a existência de mecanismos internos de suporte à informação, no fundo uma gestão interna e sistemas de informação adequados. Há semelhança dos relatórios financeiros a disponibilização de informação ambiental e social agora com cariz voluntário, no futuro será uma vertente obrigatória para as empresas.

Segundo o WBCSD, estamos a assistir a uma mudança do conceito daquilo que são os activos das empresas: os físicos e mais recentemente os activos intangíveis (p.e. competência da gestão, reputação, capital humano e intelectual, capacidade de trabalhar em parceria com grupos de interesse). O objectivo não é publicar uma brochura mas, divulgar acções levadas a cabo pelas empresas e que são relevantes para a sociedade, o sector empresarial e os grupos de interesse.

A confiança é um bem valioso em tempos difíceis, e na crise económica que estamos a atravessar esse facto está bem patente quer na actuação dos investidores quer na dos consumidores.

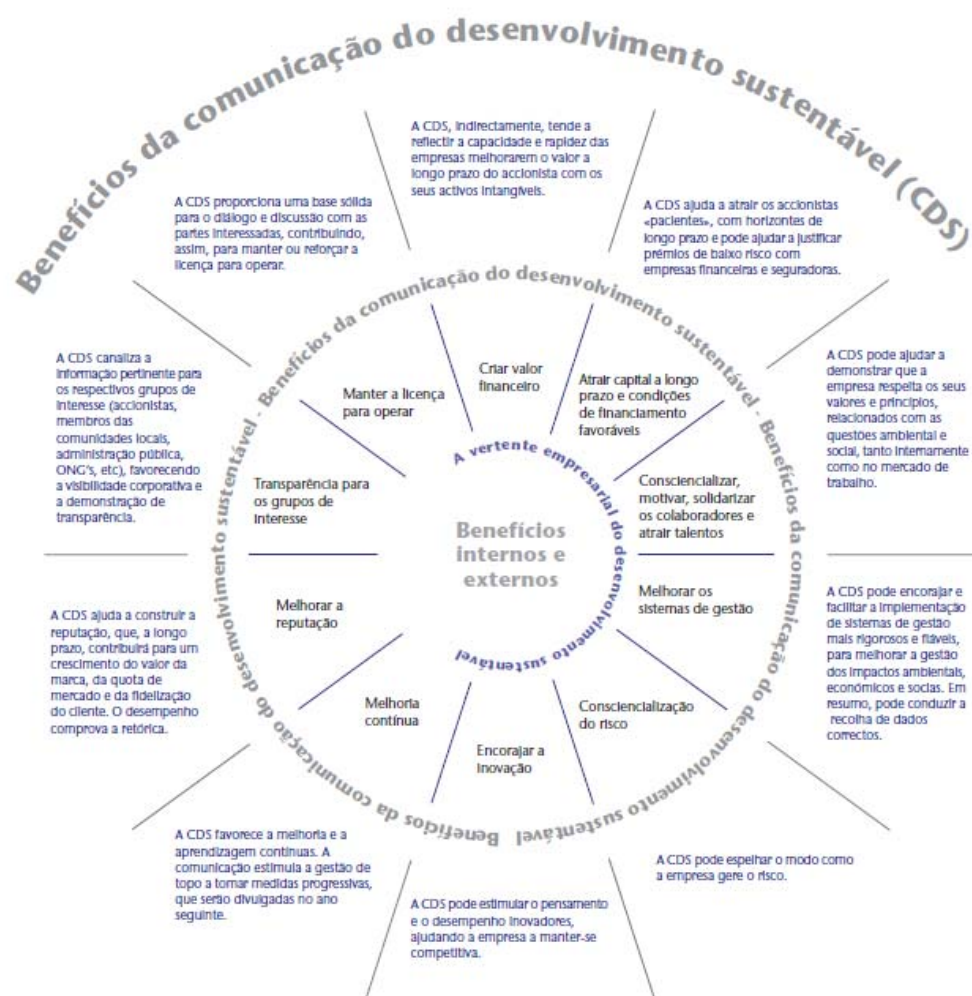
A comunicação através de um relatório, pode ser um benefício uma vez que esta tarefa requer uma abordagem sistemática do DS, tornando-o parte integrante do processo de aprendizagem dentro da organização.

Para as PME's é importante saber quem são o seu público-alvo, tradicionalmente são os investidores, os colaboradores e os clientes. Deve-se começar por aquilo que é possível e prático, por exemplo o balanço social começa por ser um bom instrumento de comunicação para a área social, tal como os relatórios ambientais o são para a área ambiental.

Em Portugal as próprias regras de publicação do balanço social já foram alteradas e a sua obrigatoriedade vai passar a abranger todas as empresas com mais de 10 trabalhadores, o que ainda não foi possível apesar de todos os esforços desenvolvidos pelo Ministério do Trabalho e da Segurança Social que por isso entende ainda não ser oportuno exigir esse cumprimento em relação a

2007.<sup>13</sup> Em consequência apenas as empresas com mais de 100 pessoas ao serviço continuam a ter essa obrigatoriedade.

Na figura abaixo podemos identificar-se a vertente empresarial na comunicação do DS. Desde consciencializar os colaboradores sobre as actividades da empresa em prol do DS, até à atracção de capital a longo prazo e condições de financiamento favoráveis, identificam-se dez benefícios directos e indirectos da comunicação para o exterior.



Fonte: Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, Comunicar o Desenvolvimento Sustentável, 2002.

Uma outra organização reconhecida internacionalmente a *Global Environmental Management Initiative* (GEMI), dá suporte à melhoria do desempenho ao nível ambiental, saúde e segurança (EHS), criação de valor

<sup>13</sup> <http://www.dgeep.mtss.gov.pt/destaques/bsocial/bs2007.php>, acesso 30 de Dezembro de 2008.



Para identificar quantitativamente os dez aspectos condutores intangíveis mais importantes, que interessam serem mensurados para a prossecução da *EHS*, na tabela 11 estão identificados os indicadores a serem medidos para se atingir uma boa performance.

**Tabela 11: Indicadores de Performance de *EHS* – Valores Condutores Intangíveis**

Value Driver	Sample Performance Indicators
CUSTOMER	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer satisfaction with EHS performance</li> <li>• Extent of customer relationships across product life cycle</li> <li>• Collaboration with customers on EHS solutions</li> </ul>
LEADERSHIP AND STRATEGY	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commitment to EHS/sustainability principles and goals</li> <li>• Articulation and execution of EHS strategy</li> <li>• Expression of diverse EHS views at Board level</li> <li>• Level of reporting for EHS function</li> </ul>
TRANSPARENCY	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disclosure of governance policies &amp; procedures</li> <li>• Stakeholder engagement</li> <li>• Timeliness of communications</li> <li>• Quality and depth of EHS/sustainability reporting</li> </ul>
BRAND EQUITY	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perception of brand as environmentally and socially responsible</li> <li>• Value-added due to product stewardship</li> <li>• Presence in environmentally or socially-screened investment funds</li> </ul>
ENVIRONMENTAL AND SOCIAL REPUTATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulatory compliance record</li> <li>• Third-party recognition and awards</li> <li>• Participation in EHS/sustainability consortia</li> <li>• Community development and philanthropy</li> </ul>
ALLIANCES AND NETWORKS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration on EHS/sustainability throughout the supply chain</li> <li>• Partnerships with EHS/sustainability-oriented organizations</li> <li>• Participation in industrial ecology networks</li> </ul>
TECHNOLOGY AND PROCESSES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leadership in EHS/sustainability technologies &amp; business practices</li> <li>• Design for EHS/sustainability processes and results</li> <li>• Energy and material conservation</li> <li>• Ecosystem impact minimization</li> </ul>
HUMAN CAPITAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Workforce diversity, employee benefits and compensation</li> <li>• Employee rights and empowerment</li> <li>• Perception and awards as a "great place to work"</li> </ul>
INNOVATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leadership and patent position in EHS technologies</li> <li>• Cost savings through EHS/sustainability innovation</li> <li>• EHS-related product or service differentiation</li> </ul>
RISK	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inherent product or process hazards</li> <li>• Effectiveness of risk prevention and risk management</li> <li>• Effective response to challenges and opportunities.</li> </ul>

Fonte: Global Environmental Management Initiative, Clear Advantage: Building Shareholder Value, 2004.



Numa perspectiva mais geral na tabela 12 podemos observar como é que os valores intangíveis identificados pelo GEMI contribuem para a estrutura de um *Balanced Scorecard*, numa perspectiva de equilíbrio com quatro importantes áreas da actividade das empresas – a financeira, os recursos internos, a perspectiva da aprendizagem contínua, e finalmente os clientes.

**Tabela 12: O *Balanced Scorecard* e o Contributo dos Valores Intangíveis Identificados pelo GEMI**

GEMI Intangible Value Drivers	
Balanced Scorecard Framework	<b>Financial Perspective</b> Transparency — Openness of an organization with regard to sharing information about how it operates. Risk — The ability to effectively manage the balance between potential liabilities and potential opportunities.
	<b>Internal Perspective</b> Technology and Processes — Strategy execution; IT capabilities; inventory management; turnaround times; flexibility; reengineering; quality; internal transparency. Human Capital — Talent acquisition, workforce retention, employee relations, compensation; What makes a "great place to work."
	<b>Learning Perspective</b> Innovation — The R&D pipeline; effectiveness of new-product development; patents; know-how; business secrets Leadership and Strategy — Management capabilities; experience and leadership's vision for the future. Alliances and Networks — Supply chain relationships; strategic alliances; partnerships.
	<b>Customer Perspective</b> Customer — The ability to develop customer relationships, satisfaction, and loyalty. Brand Equity — Strength of market position. The ability to expand the market, perception of product/service quality, investor confidence. Environmental and Social Reputation — How the company is viewed globally such as: environmental concerns, community concerns, regulators' concerns, inclusion in "most admired company" lists, triple bottom line.

Fonte: Global Environmental Management Initiative, Clear Advantage: Building Shareholder Value, 2004.

#### **4.2.1. O Valor para as Empresas dos Relatórios de Sustentabilidade**

Dos vários instrumentos assinalados na tabela 9 – As Dimensões da RSE (ponto 4.1) o *Global Reporting Initiative* – GRI, surgiu com o objectivo de elevar os relatórios de sustentabilidade a ter o mesmo rigor e o mesmo nível dos relatórios financeiros anuais.

Uma vez que o relatório de informação não contabilística não é ainda obrigatório, serão as empresas a decidir que tipo de relatórios deverão produzir e que melhor servirão os seus objectivos. A discussão neste ponto vai também no sentido de saber o que é melhor para as empresas, isto é, deverá existir um instrumento internacionalmente reconhecido e obrigatório para todas as

empresas, ou as empresas deverão poder decidir qual o instrumento mais indicado para o seu tipo de negócio. Neste momento estamos na segunda fase uma vez que não há qualquer entidade internacionalmente ou até ao nível nacional reconhecida para esse fim.

Na área financeira estamos neste momento em Portugal a migrar os nossos referenciais para as normas internacionais de contabilidade. Mas não podemos esquecer que estamos a trabalhar com aquilo a que todas as empresas estão obrigadas a comunicar – os seus relatórios contabilísticos anuais.

De um universo de mais de 50 000 multinacionais, só 2000 (apenas 4%) emitem relatórios de sustentabilidade. Apesar de alguma evolução, passamos de 50 relatórios em 1992 para 1906 relatórios em 2005, principalmente em países como os E.U.A., Reino Unido e Japão. Mais recentemente em França relacionado com a introdução de legislação obrigatória (KPMG's, UNEP, 2006).

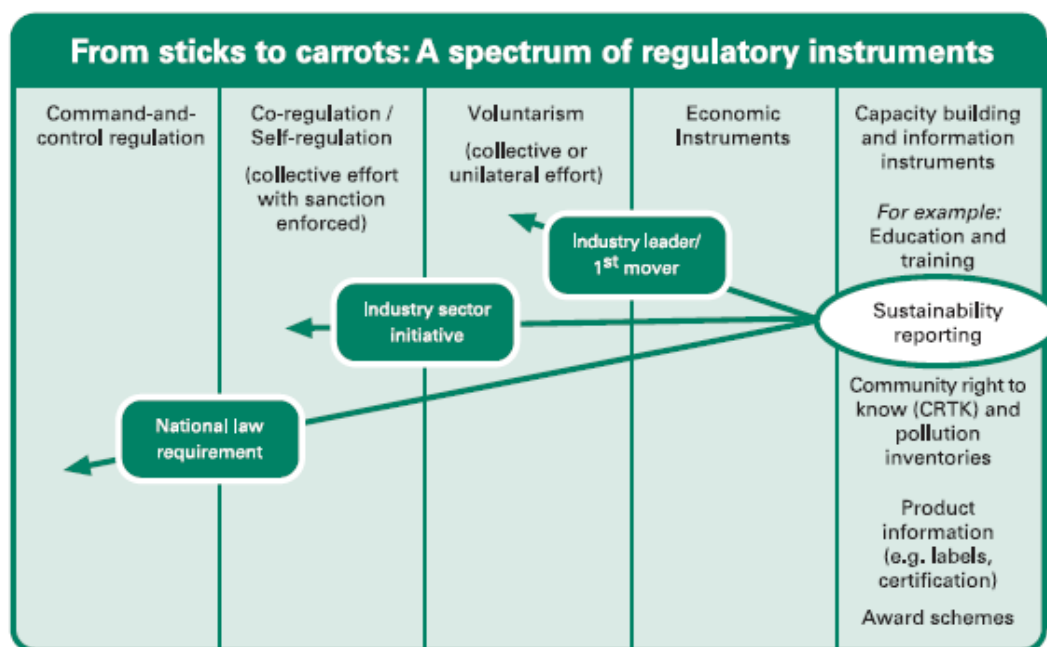
Um dos desafios apontados neste estudo é o de ligar os assuntos de sustentabilidade com a marca e a identidade da cultura empresarial, em que o objectivo não seja só bombardear os relatórios com informação, mas que a mesma sirva para um maior conhecimento da empresa. O objectivo é que o relatório não seja só uma ferramenta contabilística mas uma ferramenta de gestão.

Contudo a questão central ainda permanece na discussão entre, o que será mais eficaz para as empresas – obrigatoriedade versus voluntariedade – nas normas dos instrumentos a utilizar para a emissão dos relatórios. O regulamento para esta questão é ainda muito recente e as opiniões divergentes, há quem defenda uma solução intermédia.

O que não deixa de estar já a acontecer em áreas como a emissão de legislação na área ambiental, na área da higiene, saúde e segurança no trabalho e na própria legislação do trabalho ao cobrir muitos aspectos dos princípios da OIT. A diferença aqui reside na não obrigatoriedade da sua comunicação, mas apenas do seu cumprimento e aqui pode residir a diferença: estarão ou não as empresas de um modo geral a cumprir os requisitos legais?

Mas quando falamos de legislação ou regulamentos é preciso pensar em vários níveis que podem ir desde a legislação nacional, legislação comunitária, regulamentos aplicados ao sector de actividade (p.e. contratos colectivos de trabalho, acordos entre associações empresariais), regulamentos emitidos pelos líderes dos sectores de actividade, o que se verifica grandemente na indústria automóvel através dos requisitos específicos para clientes. Na tabela 13 podemos ver o panorama dessa evolução, em que o resultado final seria a emissão do relatório de sustentabilidade contendo todos os níveis de exigência aplicáveis.

**Tabela 13: Dos Paus às Cenouras: O Panorama dos Instrumentos Legais**



Fonte: KPMG's, Global Sustainability Services and United Nations Environment Program, 2006.

Este estudo refere também que há evidências empíricas que demonstram que o relatório utilizado como ferramenta de gestão, gera uma correlação positiva entre a performance social e financeira, nomeadamente no melhoramento das relações com as partes interessadas, melhor gestão e compreensão do risco não financeiro, melhoria das relações com os investidores, principalmente os institucionais que procuram o focus nas performances não sociais.

Podemos dizer que existem diferentes fornecedores de informação e diferentes utilitários internos e externos à empresa. A qualidade e a quantidade dos

relatórios de sustentabilidade dependem do estágio da vida das empresas, da regulação existente, das partes interessadas e dos objectivos desse relatório. A tabela 14 mostra as diferentes áreas funcionais e as várias categorias de *stakeholders* referentes ao mercado e à sociedade, à empresa e ao Governo.

**Tabela 14: Os Diferentes Fornecedores e Utilizadores da Informação Reportada, Internos e Externos à Empresa**

Market and Society <i>relevant stakeholder group</i>	Enterprise (firm, corporation, company) <i>relevant department/ division</i>	Government (local, national, supranational public authority) <i>relevant ministry/department</i>
Credit providers, investors, stock exchange	Shareholders, Finance, Accounts	Finance, Treasury
Labour confederation	Human Resources	Labour, Health, Education
Research community	Research & Development	Science & Technology
Partners (incl. supplier network), clients, business organisation, industry association	Operations and Logistics, incl. sourcing, purchasing, supplies, sales	Trade, Commerce, Industry, Energy, Natural Resources, Environment
Environmental NGOs	Environmental Management	Environment
Consumers and community organisations, media	Marketing, Communications, Public Relations	Consumer Protection, Welfare

Fonte: KPMG's, Global Sustainability Services and United Nations Environment Program, 2006.

### 4.3 As PME's e a Responsabilidade Social

Portugal estava classificado em 21º lugar no “*National Corporate Responsibility Index 2003*”, publicado pela *Accountability*, atrás de todos os países da Europa dos 15 à excepção da Grécia e à frente do Japão e dos EUA (Dimas, 2004).

Em 2005 ocupa a 27ª posição à frente da Grécia, mas atrás de novos membros da União Europeia como a Eslovénia (19ª) e a Estónia (10ª). O Japão passou para a posição 18ª e os EUA para a 11ª, num ranking de 80 países.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> <http://www.eabis.org/docman/press-releases/corporate-responsibility-a-driver-of-european-competitiveness/download-2.html>, acesso 16 de Setembro de 2008.

Mas desde o ano 2000, com a Cimeira Europeia de Lisboa, que foi estabelecido o objectivo estratégico da UE de até 2010, tornar a Europa “a economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social”.<sup>15</sup>

O crescimento económico sustentado tem sido apresentado como o novo modelo de desenvolvimento num mundo globalizado. A RSE é a ferramenta disponível para que as empresas e as organizações em geral, dêem o seu contributo para este desafio.

Segundo os autores Porter e Kramer (2006), há uma emergência da RSE. Das 250 maiores empresas multinacionais, 64% publicaram relatórios de sustentabilidade em 2005, apesar dessa percentagem significar apenas 4% num universo total de 50 000 multinacionais (KPMG’s, UNEP, 2006).

Em Portugal houve também uma evolução significativa neste sentido passando de 10 empresas em 2004 que publicaram o seu relatório de sustentabilidade para 41 em 2007 ([www.bcsdportugal.org](http://www.bcsdportugal.org)).

Já ao nível da certificação da norma de Responsabilidade Social SA8000 essa evolução é menos significativa, passamos de 1 empresa em 2003 para apenas 4 em 2007. A Nova Delta foi a primeira empresa portuguesa a obter esta certificação e é considerada um estudo de caso ao nível internacional.

Estamos a falar de grandes empresas e muitas delas multinacionais, mas o universo empresarial europeu conta com 99% de PME’s que abarcam cerca de 80% dos empregos. Em Portugal contamos com 90% de PME’s.

Reconhecer a RSE como um conceito comum a todos os estados membros é o objectivo da UE através da criação de orientações e políticas comuns.

---

<sup>15</sup> Comunicado da Comissão, Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável, Bruxelas, 2.7.2002

O Vice-Presidente da Comissão Europeia para a Indústria e as Empresas - Sr. Verheugen, numa conferência em Bruxelas em Maio de 2007, denominada “Responsabilidade e Oportunidade – Como ajudar as PME’s a Integrar na Sua Actividade as Questões Sociais e Ambientais”, salientou que um dos principais objectivos europeus é criar uma economia cada vez mais globalizada e competitiva. E isso só se consegue criando mais e melhores empregos para os seus cidadãos e assim atingir o objectivo europeu de um desenvolvimento sustentado.

O crescimento da economia e do emprego só são possíveis com coesão social, protecção ambiental e melhor qualidade de vida, ou seja, a base estratégia deste crescimento que se pretende sustentado é a Responsabilidade Social das Empresas. São as empresas as responsáveis por acções sustentadas por exemplo, através das suas políticas de emprego – na integração de pessoas tradicionalmente marginalizadas; utilizando processos de produção limpos; na implementação de Sistemas de Gestão Ambiental.

A Responsabilidade Social é uma nova maneira das empresas se relacionarem com o ambiente interno e externo promovendo ao mesmo tempo soluções inovadoras. Sendo um acto voluntário das empresas a Comissão pretende que seja reconhecido como uma oportunidade para todas as partes interessadas para as empresas, para os accionistas e a para sociedade onde operam ou onde têm influência quer como clientes ou fornecedores.

Os resultados do estudo coordenado por Santos et al (2006), e realizado junto de PME’s vem demonstrar que as empresas tendem a adoptar uma cultura de RSE.

Constatou-se que 51% das PME europeias estão implicadas em actividades de RSE externa, apesar de o fazerem numa base ocasional. 45% das PME conduzem as actividades numa base regular, mas sem estar integrada na estratégia da empresa. Apenas 28% das PME’s declaram que as actividades de RSE são integradas na estratégia de negócios da empresa.

Os resultados da investigação em Portugal realizados pelo estudo, confirmam esta tendência. 49% das PME's não integra esta prática na sua estratégia de gestão, além disso predomina a periodicidade ocasional (33%) face à regular (17%).

A RSE não é um conceito novo para as PME's. As acções desenvolvidas são de carácter menos formal e mais intuitivo do que nas grandes empresas. Os valores éticos e pessoais dos gestores das PME's são muito importantes. Os gestores e os seus empregados são uma forte motivação para que a empresa preste uma maior atenção às questões sociais e ambientais.

Mas será interessante fazer uma resenha pelos estudos que deram origem a estas conclusões ao nível europeu:

#### **4.4 Resultados dos Estudos sobre PME's e RSE – Cinco Abordagens**

##### ***4.4.1 Observatory of European SMEs 2002/nº4. European SMEs and social and environmental responsibility. European Commission***

Neste estudo é referido que de um modo geral, o primeiro interesse de qualquer empresa é a sobrevivência económica, simplesmente porque a sustentabilidade económica é condição primordial para o desenvolvimento de actividades de RSE. Por outro lado a visão tradicional do negócio assumiu que o principal contributo das empresas para a sociedade é feito através da criação de empregos e de riqueza. Qualquer envolvimento em actividades sociais pressupõe uma troca com a actividade da empresa.

Esta perspectiva vai de encontro à ideia de Porter e Kramer (2006), em que apesar de algumas empresas tomarem medidas para melhorar as consequências ambientais e sociais das suas actividades, esse esforço por vezes não é tão produtivo como seria desejável. Os autores apontam para isso duas razões:

- As empresas cavaram um fosso entre elas e a sociedade onde operam, quando as duas são interdependentes;
- As empresas pensam na RSE de um modo genérico em vez de pensarem nela como uma estratégia de actuação, aproximando-a à estratégia da empresa;

Neste estudo são apresentadas conclusões bastante interessantes e que poderão servir para comprovar resultados da investigação exploratória a realizar junto das empresas da indústria automóvel:

- a) Nas PME's na sua generalidade o dono é também o gestor, tendo assim um papel fundamental no desenvolvimento da RSE.

Na realidade portuguesa os gestores são em geral bastante tradicionais na sua visão no negócio. Possuem habilitações escolares baixas, apostam em mão-de-obra barata, a maquinaria está obsoleta, tal como os processos de trabalho, conduzindo a fracos níveis de produtividade, as condições de trabalho são em geral más, há pouco investimento em recursos humanos e nas qualificações, a investigação e o desenvolvimento são deixados para segundo plano. O que interessa é o lucro e o curto prazo.

A questão é: será que encontramos acções de RSE neste cenário empresarial? Segundo este estudo tudo indica que sim.

Por outro lado é referido que estes gestores estão profundamente enraizados na comunidade local. Deste modo as PME's poderão dar um contributo muito maior do que as grandes empresas para a saúde e prosperidade das comunidades locais onde operam, pois também a maior parte dos seus clientes e empregados são oriundos da área circundante.

- b) A reputação de uma empresa na comunidade, a sua imagem como empregadora, produtora ou actor social na localidade onde operam, vai influenciar a sua competitividade.



As PME's têm no entanto algumas limitações como falta de pessoal, de recursos financeiros e de tempo. São também mais vulneráveis economicamente do que as grandes empresas e como a RSE não está directamente relacionada com o *core business* da empresa, é relegada para segundo plano e muitas vezes adiada.

- c) As actividades de RSE flutuam através de tempos de recessão e de *boom*. Por outro lado os gestores das PME's sofrem com estas pressões e com os seus danos, o que lhes deixa pouco tempo e energia para planear actividades e pensar estrategicamente, especialmente se essas actividades estão para além das práticas de negócio habituais.
- d) As relações interpessoais e os contactos individuais de proximidade são mais frequentes nos pequenos negócios. As elevadas possibilidades de contactos interpessoais entre os gestores, os empregados, os parceiros financeiros, os fornecedores, os clientes e muitas vezes os concorrentes, ajudam muitas vezes a construir relações de confiança e abrem portas a parcerias e alianças impraticáveis em grandes empresas.

Contudo essas relações de proximidade em situações de crise podem fazer pressão nos dois sentidos.

Conclusões do estudo:

- ✓ Até agora os assuntos ambientais têm recebido grande atenção pública e política, em detrimento dos sociais.
- ✓ Quase metade das PME's europeias estão envolvidas em diferentes níveis, em causas sociais. Parece haver uma correlação positiva com o tamanho da empresa. Os apoios mais comuns são ao desporto, à cultura, à saúde e à assistência social.
- ✓ Donativos e patrocínios são os principais meios de envolvimento das PME's com a comunidade.

- ✓ A maior parte das actividades são ocasionais e não estão relacionadas com o seu *core business*. A chave motivacional está relacionada com razões éticas.
- ✓ Os dois principais benefícios apontados pelas PME's ao serem socialmente activas são, uma melhoria na relação com a comunidade em geral e com os poderes públicos.
- ✓ O número de PME's preocupadas com as questões ambientais para além dos requisitos legais é limitada se compararmos com empresas maiores. Contudo é possível detectar um aumento na importância atribuída à perspectiva ambiental. A pressão da cadeia de valor (clientes e/ou fornecedores) são uma das principais razões, a par de outras razões como a de obter uma vantagem competitiva.
- ✓ As considerações puramente éticas por si só, não parecem constituir uma razão de força para que se tornem ambientalmente responsáveis.
- ✓ As barreiras internas podem ser também um obstáculo no progresso ambiental: cultura de empresa negativa face ao ambiente; alheamento face aos impactos negativos ambientais do negócio; cepticismo nos benefícios associados às melhorias ambientais.
- ✓ E finalmente a recorrente escassez de tempo, de recursos, juntamente com a falta de experiência técnica e de competências.

***4.4.2 Engaging Small Business in Corporate Social Responsibility. A Canadian Small Business Perspective on CSR. October 2003***

As questões que motivaram este estudo são:

- O que motiva as PME's a desenvolver actividades de RSE?
- Que tipo de iniciativas de RSE são levadas a cabo pelas PME's?
- Quais os desafios que têm que enfrentar para implementarem a RSE?

- Que tipo de suporte necessitam para levar a cabo este compromisso a um nível superior?

Conclusões do estudo nas várias dimensões da RSE:

- ✓ Empregados – boas relações interpessoais são o sucesso de pequenos negócios, contratos de trabalho a longo-termo, são muitas vezes o resultado de poderem emergir práticas de RSE.
- ✓ Ambiente – muitas empresas reconhecem que começaram as suas actividades de RSE através de iniciativas ambientais. São apresentados como exemplos pequenas iniciativas, mas que são de grande importância, como alterar o tipo de papel habitualmente comprado para papel reciclado, ou pedir uma auditoria ambiental de modo a identificar melhorias rápidas. Outras empresas compram produtos ambientalmente amigáveis aos seus fornecedores, muitas vezes independentemente do preço.
- ✓ Comunidade – acções que comportam donativos em forma de bens ou serviços às organizações locais.

### **Emergência da RSE**

Nas PME's há pouco ou nenhum envolvimento dos *stakeholders* no processo de implementação da RSE.

Será que no caso da indústria automóvel, sendo um sector de actividade específico e onde a pressão da cadeia de valor se faz sentir, podemos chegar à mesma conclusão?

### **Motivação para implementar a RSE**

São apontados os valores pessoais dos gestores ou donos das PME's. Como factores externos são apontados os clientes e as associações empresariais. São também referidas as ONG's.

### **Benefícios da implementação da RSE**

São apontados benefícios intangíveis como por exemplo orgulho e envolvimento do gestor e dos empregados, motivação elevada por trabalhar em empresas ambientalmente e socialmente responsáveis. No curto-espaco de tempo nem sempre se verifica uma reducao de custos, mas por exemplo se beneficiarem numa reducao de fornecedores na cadeia de producao por exclusao, ja são considerados ganhos a curto-prazo.

### **Desafios**

São referidos como principais desafios os custos de implementacao, de tempo e de dinheiro. Encontrar produtos ambientalmente amigaveis. As PME's têm pouco poder de negociao pois trabalham na sua maioria com fornecedores locais que dispõem de poucos produtos alternativos. Educar os consumidores no sentido de comprar produtos ambientalmente e socialmente amigaveis, pois a decisao é baseada no preço em detrimento de outros factores. Comunicacao interna e formacao dos empregados em praticas de RSE.

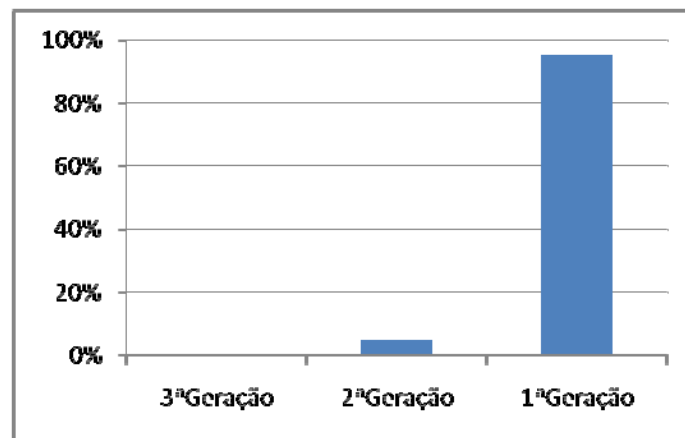
### **Apoios**

Recebem de um modo geral pouco apoio, quer seja moral, financeiro comercial ou técnico.

#### ***4.4.3 Corporate Social Responsibility. Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries. UNIDO 2002***

A tendencia de desenvolvimento em geral da RSE é apresentada por Simon Zadeck neste estudo: como se pode constatar muitos dos esforcos na RSE mantêm-se na 1ª Gerao (95%), a segunda gerao conta com 5% das empresas e a 3ª gerao é considerada ainda uma miragem (tabela 15).

**Tabela 15: As Gerações de RSE**



São apontados nestes estudo alguns dos assuntos emergentes em matéria de RSE:

- ✓ Crescimento da atenção dada à responsabilidade do produto. Existem sectores polémicos como a produção de alimentos geneticamente modificados, medicamentos para a SIDA, protecção dos direitos dos animais, tabaco, comida de plástico.
- ✓ Emergência da sustentabilidade e da sua aproximação global às dimensões social, ambiental e económica, como um todo.
- ✓ Elevação dos requisitos na qualidade da gestão da RSE. Há uma tendência de aproximação dos requisitos de RSE e de Gestão.
- ✓ Há algum receio de como a RSE irá sobreviver à recessão económica e à insegurança global. Como por exemplo aproximar o conceito de RSE aos efeitos de *downsizing*, de fecho e/ou deslocalização de empresas.
- ✓ A introdução da RSE no *core business* da empresa faz com que aumente a transparência das acções e a política do negócio seja coerente, pois faz com que as contradições do negócio se tornem visíveis.

Neste estudo é também apresentada a atitude de alguns países da Europa face a este fenómeno. Por exemplo nos países do sul da Europa, era comum a RSE estar estrategicamente alinhada com o desenvolvimento da empresa.

Acções de natureza filantrópica como a construção de alojamentos e formação da força de trabalho necessária, eram comuns já desde o século XIX.

### **A RSE e as PME's - Tendências**

É referido neste estudo que, “devido ao facto dos pequenos negócios terem uma propensão para fazer o bem, terem empregados multifacetados, relações interpessoais fortes e um compromisso local, significa que as PME's podem proporcionar um bom ambiente para o crescimento da RSE” (UNIDO, 2002).

### **Os resultados para a Europa nesta pesquisa foram:**

- As práticas e as políticas desenvolvidas pelas PME's estão de um modo geral mais desenvolvidas na área ambiental relativamente à área social. Este facto reflecte o elevado grau de políticas públicas, de consciência e de normas internacionais de certificação e de processos de auditoria.
- As PME's tendem a dar prioridade a determinados assuntos ou concentram-se em uma ou duas questões chave, em vez de cobrir uma ampla área de questões normalmente desenvolvidas em grandes empresas.
- As PME's tendem a dar uma grande atenção aos assuntos e programas locais.
- As PME's tendem a ser mais activas em actividades de RSE quando têm boas redes de relações interpessoais, aumentam o focus na qualidade, estabelecem ligações com países estrangeiros ou estão envolvidas na produção com elevados impactos ambientais ou onde fazem um amplo uso do capital intelectual.

### **O Paradoxo da RSE**

O paradoxo reside no facto de que é mais fácil para as grandes empresas darem resposta às solicitações de RSE e obterem com isso ganhos comerciais, muito mais do que as empresas de menor dimensão. Na tabela 16 podemos ver as principais diferenças.

**Tabela 16: As Diferenças entre as Grandes Empresas e as PME face à RSE**

<b>Grandes Empresas</b>	<b>PME</b>
Sistemas de gestão desenvolvidos e participação em economias de escala que permitem responder e monitorizar as acções de RSE.	Não dispõem dos recursos humanos e financeiros para investir em acções de RSE a não ser que tragam benefícios imediatos e tangíveis.
Podem despende tempo e esforços no desenvolvimento de relações interpessoais com ONG's, Governos e Agências das Nações Unidas.	Não dispõem de meios humanos e as suas relações interpessoais são ao nível da comunidade local.
As marcas globais podem contratar serviços de <i>outsourcing</i> para a sua produção e passar essas responsabilidades para os seus fornecedores enquanto ganham reputação por adquirirem produtos socialmente responsáveis.	A realidade e natureza das PME's não permitem esta opção, pelo contrário são elas que se encontram abaixo da cadeia de valor das grandes empresas.
As marcas globais e as empresas líderes de mercado estão em melhor posição para obter ganhos comerciais das suas actividades de RSE.	As PME's do Sul da Europa tem em geral menos relações comerciais directas com os consumidores do Norte e por isso menos hipótese de beneficiar de boa reputação.
Têm uma rede de relações interpessoais complexas e as actividades de RSE podem ser uma ajuda para as fortalecer, gerir e compreender.	Nestas empresas essas relações interpessoais são estabelecidas directamente com o gerente/dono.
A RSE é o lado humano da globalização e um meio fácil de entrada das empresas globais nos mercados internos.	Os mercados internos eram sectores onde as PME's dominavam.

Fonte: Adaptado do estudo, UNIDO, Corporate Social Responsibility-Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, 2002.

As conclusões deste estudo apresentam também uma análise SWOT no interface da RSE/PME's.

Como se tem vindo a observar nestes estudos as PME's enfrentam alguns desafios que se traduzem nestas quatro forças descritas na tabela 17.

**Tabela 17: Análise SWOT – As PME's e a RSE**

<p><b><u>Ameaças:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proteccionismo</li> <li>- O fardo da monitorização e do compromisso</li> <li>- O paradoxo da responsabilidade social: serão as PME's capazes de tirar benefícios da RSE?</li> </ul>	<p><b><u>Oportunidades:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Benefício para o negócio: melhor alinhamento com as preocupações dos consumidores, redução de custos, maior produtividade e inovação</li> <li>- As PME's como as beneficiárias das iniciativas de RSE</li> <li>- Benefícios alargados da RSE como por exemplo, aprendizagem ao longo da vida, desenvolvimento da comunidade</li> </ul>
<p><b><u>Barreiras</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de tecnologia, experiência, formação e investimentos necessários para implementar os melhoramentos</li> <li>- Poucas iniciativas de RSE orientadas para PME's. Fraco entendimento do <i>business case</i> por parte das PME's. As iniciativas levadas a cabo pela cadeia de fornecimento raramente ultrapassam os fornecedores de 1ª linha</li> <li>- Maior pressão na actualização tecnológica, na gestão e no marketing</li> <li>- Preços competitivos e pressão limitada dos consumidores</li> </ul>	<p><b><u>Forças</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pressão dos clientes grandes marcas/empresas e dos seus códigos de conduta e imposição da certificação</li> <li>- Mudança nos mercados, a necessidade de alinhar a produção de acordo com as preferências dos consumidores, e com os standards internacionais</li> <li>- Pressão local dos regulamentos, públicos, políticos e da sociedade civil</li> <li>- Benefícios do <i>business case</i> estratégico</li> </ul>

Fonte: Estudo, UNIDO, Corporate Social Responsibility-Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, 2002.



#### **4.4.4 Engaging SMEs in community & social issues. Consortium Research Study. Accountability et al 2002**

Este estudo foi realizado no Reino Unido em PME's por indicação do Ministro da Responsabilidade Social. Foram entrevistados 200 Gestores de PME's entre Janeiro e Fevereiro de 2002.

- ✓ Os resultados vieram demonstrar que a maioria das PME's acredita que organizações com estas características devem prestar especial atenção às suas responsabilidades sociais e ambientais.
- ✓ A percepção da importância e da ligação ao sucesso do negócio é maior entre as PME's de maior dimensão e entre aquelas que fazem parte de uma maior rede de negócios ou de associações empresariais.
- ✓ 91% das PME's descrevem o seu negócio como sendo social e ambientalmente responsável e uma percentagem ainda maior acredita que a sua organização opera de um modo responsável (96%).
- ✓ De um modo geral as PME's tendem a focar-se em assuntos internos, assuntos do seu *staff* como aumento de competências, construção de espírito de equipa, motivação. Mesmo as acções de envolvimento social, comunitário ou ambiental, são iniciativas focalizadas no impacto que terão nos seus empregados.
- ✓ *Keep it simple* – é a mensagem deixada neste estudo sobre a RSE. As barreiras existentes são na realidade percepções, mais do que barreiras reais e por vezes falta de conhecimento.
- ✓ São identificados neste estudo os *key stakeholder* das PME's, como sendo os empregados e os clientes. Os primeiros com quem estabelecem relações mais familiares de grande cordialidade e integração social. Com os clientes mantém uma relação baseada no conhecimento pessoal das suas necessidades.
- ✓ A dimensão interna é talvez a característica mais distintiva do envolvimento das PME's, é a grande diferença dos grandes negócios que são especialmente motivados por pressões externas.
- ✓ A actividade ambiental é também elevada, 2 em cada 3 empresas têm actividades de redução do impacto ambiental, reciclagem e redução dos resíduos.

- ✓ O envolvimento com a comunidade, visto muitas vezes como o principal factor de RSE é também elevado – 60% das empresas estão envolvidas em actividades com escolas; 52% trabalham com instituições de caridade ou de voluntariado.
- ✓ A comunicação privilegia os empregados – 89%. Valor que cai dramaticamente se comparamos com entidades externas.

O estudo seguinte já não fazendo parte dos estudos base que serviram para a elaboração do estudo em Portugal, pois é também ele mais recente, vem reforçar algumas conclusões apresentadas anteriormente.

#### ***4.4.5 Drivers of Environmental Behaviour in Manufacturing SMEs and the Implications for CSR. Journal of Business Ethics 2006.***

Este estudo foi desenvolvido em 31 indústrias PME's a fim de demonstrar empiricamente como é que estas empresas lidam com uma das componentes da RSE – o Ambiente. Foi aferido no estudo que as boas práticas na componente ambiental são conduzidas por dois aspectos principais:

- A performance do negócio, que põe a sua tónica na redução de custos, por oposição ao *business case*, que põe a tónica nas partes interessadas e nos benefícios para que a empresa se torne mais atractiva para os seus accionistas.
- A lei ou os regulamentos ambientais.

O sistema de mercado-livre onde se baseiam as actividades das PME's e o seu sistema de decisão empurrado por essas pressões de mercado, com apelo ao focus no lucro e na rentabilidade do negócio faz com que seja dada uma grande importância à performance do negocio em detrimento de outras práticas ambientais e sociais, há excepção daquelas que estão reguladas pela lei.

É referido neste estudo que alguns autores defendem que muitas vezes as acções de RSE são primordialmente acerca de construir boa reputação e para as pequenas empresas estes mecanismos são menos importantes do que para

as empresas maiores, ao contrário da legislação. São levantadas as seguintes questões:

- Podemo-nos questionar se a legislação é suficiente para provocar mudanças culturais e a modernização das PME's?

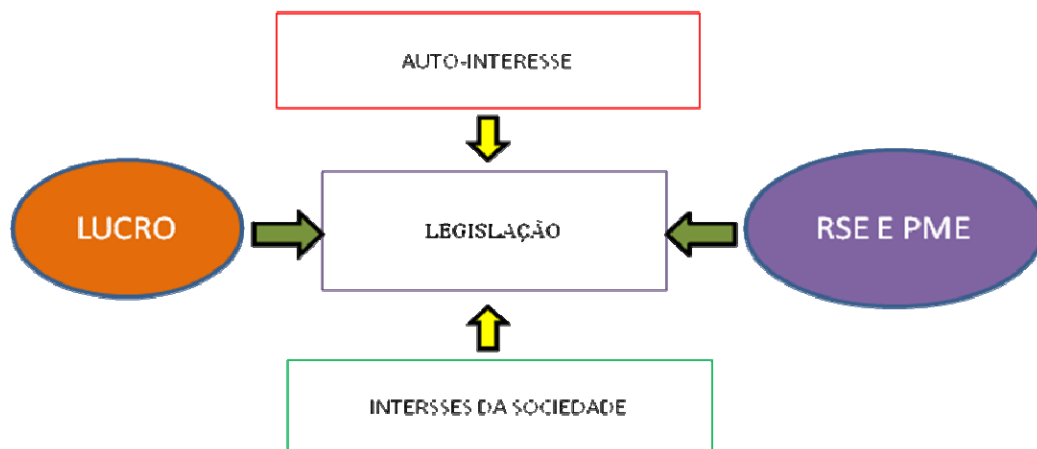
- Será a lei o mecanismo mais efectivo para mudar os comportamentos ambientais?

Os autores deste estudo defendem que a lei é um requisito fundamental para induzir melhorias nos comportamentos das PME's.

No campo social também já existe bastante legislação sobre a área do trabalho, da saúde, da higiene e da segurança.

A questão que se nos coloca no caso de Portugal e atendendo à especificidade do nosso tecido industrial mais tradicional, é se apesar de existirem questões sociais e ambientais reguladas pela lei, elas são cumpridas?

As PME's olham para os benefícios directos, estão orientadas para o lucro e o auto-interesse, de um modo geral não são cativadas pelo apelo dos *stakeholders* e esta é a razão pela qual a legislação tem um papel primordial na sua actuação com empresa responsável. É o elo de ligação entre a orientação para o lucro e o auto-interesse e os interesses da sociedade.



Fonte: Adaptado do estudo, *Drivers of Environmental Behaviour in Manufacturing SMEs and the Implications for CSR*. Journal of Business Ethics 2006.

## **5. Dados Económicos da Indústria Automóvel**

### **5.1 O Sector Automóvel Mundial**

A indústria automóvel mundial de acordo com os dados compilados pela *OICA* – *Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles*, e tendo em conta somente a classe 34 das NACE – Rev.1 (Nomenclatura das Actividades Económicas da Comunidade Europeia) – Fabricação de veículos automóveis, reboques e semi-reboques, auferiu um volume de negócios consolidado de 1.889.840 milhões de euros, o investimento em Investigação e Desenvolvimento representa 4,5% da facturação, gerando receitas públicas de 433.160 milhões de euros, empregando cerca de 8,4 milhões de pessoas (AFIA, 2008).

Em 2008 segundo as previsões do *PWC Automotive Institute* a produção mundial de veículos ligeiros ascenderá a 71,5 milhões de unidades. O grupo nipónico Toyota liderará o mercado automóvel com uma produção de cerca de 10,4 milhões de veículos, o grupo General Motors surgirá em segundo lugar atingindo 9,2 milhões de veículos produzidos. As estimativas são para um aumento da produção automóvel nos próximos anos (AFIA, 2008).

### **5.2 O Sector Automóvel em Portugal**

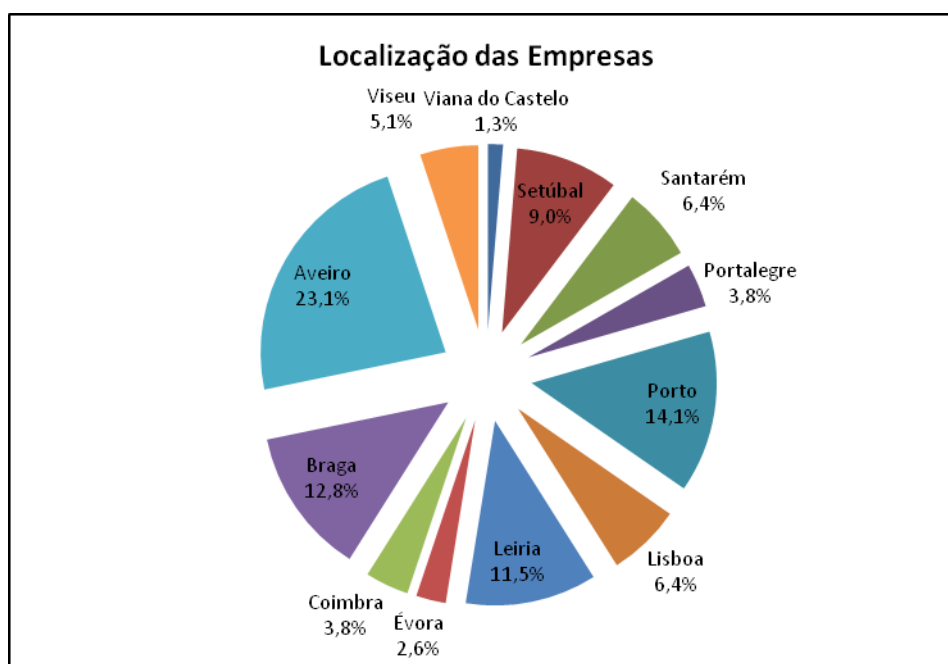
A AFIA - Associação dos Fabricantes para a Indústria Automóvel em Portugal, obteve para a compilação dos dados a seguir apresentados um total de 78 respostas. Amostra que consideraram bastante razoável dado a sua experiência de 29 anos de existência.

A produção automóvel em Portugal diminuiu 22,5% em 2007, as vendas por sua vez, aumentaram 4,3%. Em 2007, o volume de negócios da Indústria automóvel cifrou-se nos 7.230 milhões de euros, sendo que 4.800 milhões de euros provêm da indústria de componentes.

A indústria automóvel em Portugal emprega mais de 45 mil trabalhadores, sendo que a indústria de componentes é responsável por 40 mil empregos directos.

Em termos de distribuição geográfica as empresas do sector localizam-se, predominantemente nos distritos de Aveiro (23,1% das empresas), Porto (14,1%), Braga (12,8%), Leiria (11,5%) e Setúbal (9,0%).

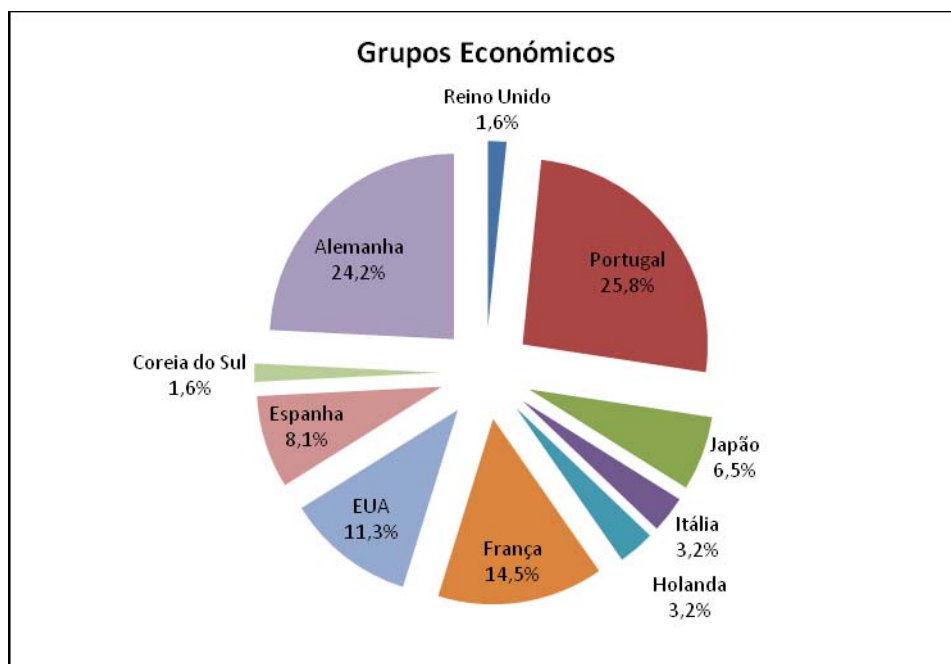
O Parque Industrial de Vendas Novas situa-se no distrito de Évora, que representa 2,6% do sector.



Fonte: AFIA , 2008.

Ainda relativamente à distribuição do capital social a amostra das empresas que responderam a este inquérito em 2007 é constituída por 42,3% de empresas detidas por capital maioritariamente português, sendo as restantes 57,7% das empresas detidas por capital maioritariamente estrangeiro.

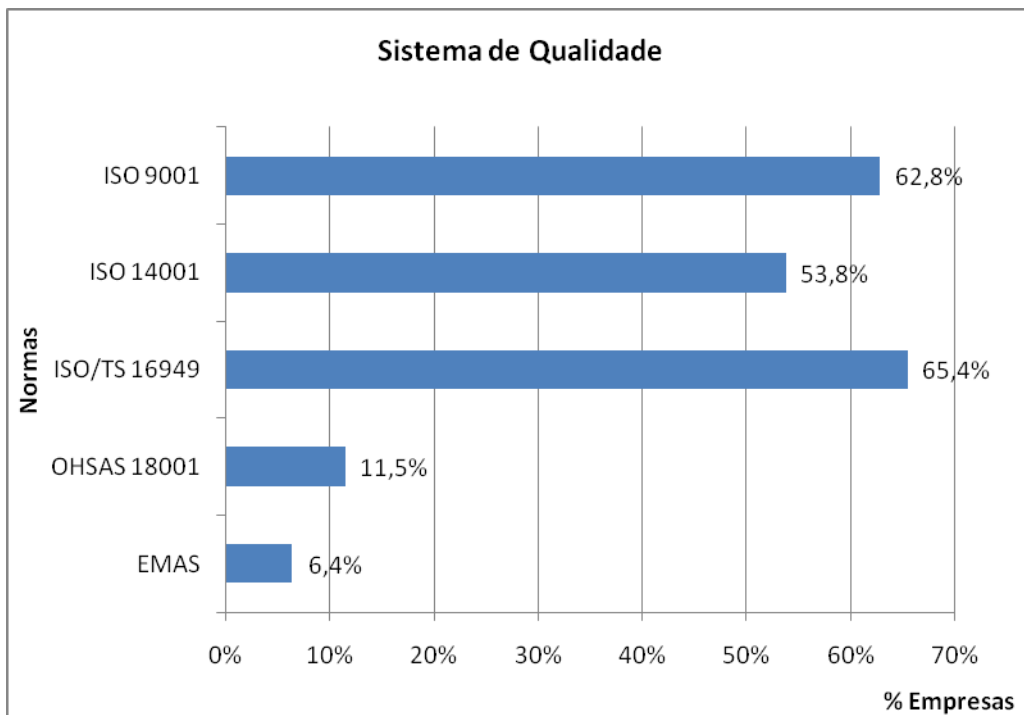
Constata-se ainda, que 76,9% das empresas pertencem a um grupo económico.



Fonte: AFIA, 2008.

O sector é constituído essencialmente por empresas com menos de 250 trabalhadores (70,5%), portanto PME's. As grandes empresas representam 29,5% desta amostra.

Quanto à qualidade, 92,4% das empresas têm o seu sistema de qualidade certificado. Sendo que 65,4% das empresas encontram-se certificadas pelo referencial harmonizado da indústria automóvel ISO/TS 16 949, 53,8% das empresas têm Sistemas de Certificação Ambiental, ISO 14001.



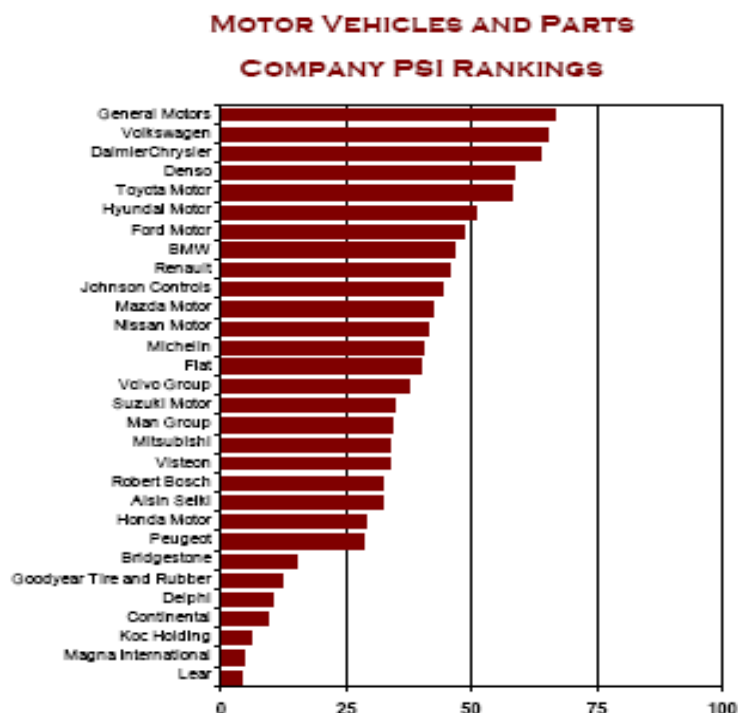
Fonte: AFIA, 2008.

### 5.3 A Indústria Automóvel e a Sustentabilidade

Um estudo emitido pelo *Claremont Mckenna College* ([www.roberts.cmc.edu](http://www.roberts.cmc.edu), 2006) e que cobre as 30 maiores empresas de motores e peças para automóveis das 500 maiores listadas em 2005 pela *Fortune Global*, analisa os relatórios ambientais, sociais e de sustentabilidade emitidos por essas empresas.

No gráfico 1 podemos ver os rankings das várias empresas. A General Motors dos Estados Unidos é aquela que se encontra melhor classificada tendo tido uma classificação de A+, numa classificação que vai de A a D. Seguida de muito perto pela Volkswagen e pela DaimlerChrysler ambas na Alemanha e com a mesma classificação (A+).

**Gráfico 1 – Rankings dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas da Indústria Automóvel**



Fonte: Pacific Sustainability Index Scores, Motor Vehicles and Parts Sector, 2006.

De acordo com o objectivo deste estudo consideramos ser interessante fazer a análise dos relatórios de sustentabilidade das três empresas melhor classificadas neste ranking: a General Motoros, a DaimlerChrysler, a Denso e também a Visteon por ser o único cliente da empresa Shotic Europa do Parque Industrial de Vendas Novas, que faz parte da amostra intencional deste estudo.

## 5.4 Relatórios de Sustentabilidade

### 5.4.1 General Motors Corporation

A GM oriunda dos EUA, tem fábricas a operar em 33 países e clientes em 200 outros países. Tem por isso um grande impacto ao nível mundial não só como empregador, mas nas comunidades onde opera. Emprega um total de 266 000 pessoas em todo o mundo. O relatório de sustentabilidade analisado apresenta os resultados dos anos de 2005/06.



A GM avalia e aplica processos, práticas, materiais ou produtos que evitam, reduzem ou controlam a poluição na sua origem. Actividades que podem incluir por exemplo o uso mais eficiente de recursos materiais substitutos.

Têm uma equipe de engenheiros com conhecimentos especializados na aplicação da lei, dos regulamentos e com experiência técnica na área ambiental.

O relatório ambiental é voluntário e construído com base nos indicadores do *GRI* que têm vindo a descer desde 2003 a 2005, ano do último relatório a que tivemos acesso (<http://www.gm.com/>).

Faz investimentos na comunidade através da sua fundação e apoia acções de voluntariado dos seus empregados. Segue também os princípios de *Sullivan* para a área social.

#### **5.4.2 DaimlerChrysler AG**

Empresa resultante da fusão de dois grupos em 1998 a *Daimler Benz* da Alemanha e a *Chrysler* dos E.U.A., contribui em larga escala para o desenvolvimento global através da produção de veículos ligeiros e pesados. Em 2007 foi adoptado o nome *Daimler AG* em virtude da venda da *Chrysler*. A *Daimler AG* tem hoje em dia 275 000 colaboradores. O relatório de sustentabilidade apresenta os dados referentes ao ano de 2006 com base nos indicadores do *GRI* e é referente ao grupo.

O lema é desenvolver todos os esforços para produzir sistemas automóveis, processos de produção e combustíveis que reduzam o impacto ambiental ao mínimo, como por exemplo a redução das emissões de CO<sub>2</sub> e do consumo de combustíveis fósseis, bem como a construção de carros eficientes. Defendem ser a única forma de tornar a mobilidade sustentada um sucesso no século XXI.

É dada formação e são fomentados programas de motivação dos empregados na área ambiental para a melhoria contínua. Atribuição de prémios de

reconhecimento a projectos que visem a protecção ambiental. Têm também como objectivo disseminar experiências e conhecimentos acerca do uso de tecnologia ambientalmente amigável por todo o grupo DC.

Medem a satisfação dos empregados e cada unidade deve utilizar essa informação como indicador das medidas e programas de melhoria a implementar. Medidas que serão registadas, controladas e documentadas.

No ano de 2006 receberam diversos prémios pelas suas actividades dedicadas à promoção da diversidade e à inclusão (<http://www.daimler.com/>).

A DC está também envolvida nas políticas públicas através de algumas organizações, financiando partidos e candidatos. Está focalizada na esfera social em quatro áreas principais:

- a) Desenvolvimento da comunidade
- b) Envolvimento dos empregados
- c) Força de trabalho futura
- d) Cooperação com a esfera política

Desenvolvem em determinadas regiões (Afeganistão, Rússia, Palestina, Kuwait, Mongólia e África do Sul) programas de educação e formação.

#### **5.4.3 DENSO**

Empresa de origem japonesa, tem 171 subsidiárias em todo o mundo e emprega um total de 104 183 pessoas. O relatório de sustentabilidade analisado é referente ao ano de 2006.

Sendo uma empresa japonesa, tem algumas particularidades que fazem parte da própria cultura do Japão e da sua história ligada à excelência e ao investimento na qualidade, quer ao nível de processo, produto e também social. São mencionados no seu relatório de sustentabilidade investimentos em vários produtos *ECO*. Por exemplo o *ECO-produts* “PRONAVI” – baseia-se numa ideia de **previsão**, é um sistema de navegação automóvel que dá a informação

de quais as rotas com menor impacto ambiental, tendo em conta a possibilidade de congestionamento de tráfego; *ECO-factory* – baseado numa ideia de dar **credibilidade**, tem como objectivo reduzir a perda de energia para o mínimo envolvendo todos os empregados; *ECO-friendly* “DECOPON” – baseado numa ideia de **colaboração**, a empresa deu a todos os empregados um eco-ponto doméstico. Um outro exemplo é a sensibilização para a redução de CO<sub>2</sub> e de engarrafamentos promovendo e *ECO-communting* (viagem diária entre casa e emprego). É um esforço para que os empregados estendam este esforço à sua família e esta por sua vez à comunidade local.

Toda a cultura da empresa está em harmonia com o conceito de ECO-fábrica através da redução ao mínimo do impacto ambiental em todas as fases do processo de produção.

O objectivo é chegar a uma sociedade onde não sejam precisas acções de sensibilização, mas que estas acções aconteçam naturalmente. O trabalho com a sociedade para um crescimento sustentado vai para além do que é a actividade comercial através da promoção da *ECO-life* (<http://www.densocorp-na.com/>).

#### **5.4.4 VISTEON**

Empresa de origem americana, tem representação em 26 países e conta com cerca de 40 000 colaboradores.

Neste *ranking* ocupa a 19ª posição no total das 30 empresas do sector automóvel de peças e motores, das 500 empresas listadas em 2005 pela revista *Fortune Global*.

Das empresas aqui analisadas esta é a única que não tem os seus indicadores de sustentabilidade compilados num único documento. A pesquisa da informação obriga-nos a entrar e sair de páginas de internet e remete-nos para links de documentos internos.

Talvez seja pela forma como organizou a informação que conseguiu disponibilizar os resultados referentes ao ano de 2007. Destacam-se as iniciativas e as práticas relacionadas com a ética e a governação, a diversidade, o ambiente, a saúde e segurança e o envolvimento com a comunidade (<http://www.visteon.com/index.html>).

Na tabela 18 podemos ver um resumo das principais actividades de responsabilidade social apresentadas nos seus relatórios de sustentabilidade.

De acordo com a classificação de Zadeck em Rego et al (2007), podemos afirmar que todas estas empresas se encontram na 2ª geração da responsabilidade social e já com uma boa base de trabalho para passarem para a 3ª geração. A DaimlerChrysler através das acções que promove com a comunidade e a cooperação com a esfera política e a DENSO pelos produtos *ECO* que desenvolve com grande impacto na vertente social.

**Tabela 18: Síntese dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas Automóveis de Referência**

	<b>General Motors</b>	<b>DaimlerChrysler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Performance Económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Investimento em salários e benefícios sociais (Planos de pensões, planos de saúde);</li> <li>-Investimento na comunidade (Fundação GM, acções de voluntariado dos empregados em associações de apoio social e de educação, doação de equipamento a universidades, escolas);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestão com base em princípios “colegiais”, isto é, de transmissão dos seus resultados (índices de sustentabilidade) a todas as partes interessadas;</li> <li>-Trabalha numa base de cooperação sustentada com os seus fornecedores, no que concerne à economia, à protecção do ambiente a aos aspectos sociais;</li> <li>-A produção de carros e camiões, permitem a mobilidade e são um motor do crescimento de receitas, de emprego e de prosperidade em todo o mundo;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Performance Ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Todas as fábricas da GM implementaram um Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001 ou EMAS (Eco-Management and Audit Scheme);</li> <li>-Program <i>Suppliers Partnership for the Environment</i>;</li> <li>-Seguimento de 4 indicadores de performance: energia, água, emissões gasosas, resíduos;</li> <li>-Nos EUA têm uma agência de protecção ambiental;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Certificação pela ISO 14001 de todas as fábricas no mundo. Na Europa tem ainda a validação adicional pela EMAS;</li> <li>- Objectivo de integrar os sistemas de Qualidade, Ambiente, Saúde e Segurança (Grupo Mercedes na Alemanha, nos EUA iniciaram em 2006 na “EVOBUS”);</li> <li>-No ano de 2001, nas restantes fábricas o sistema de Gestão Ambiental foi introduzido como parte integral do Sistema de Qualidade e Produção (<i>Manufacturing Quality Assurance System-MQAS</i>) :</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Performance Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Segue os princípios de Sullivan (<a href="http://www.thesullivanfoundation.org/foundation/">www.thesullivanfoundation.org/foundation/</a>);</li> <li>-Estratégia de diversidade – raça, género, etnicidade, idade, status social, religião, orientação sexual, nível escolaridade, habilitações físicas;</li> <li>-Saúde, Segurança e Estabilidade;</li> <li>-Satisfação dos empregados;</li> <li>-Direitos Humanos;</li> <li>-Desenvolvem programas universitários, centros de educação e formação em todos os continentes onde opera;</li> <li>-Fundação GM para apoio a projectos sociais;</li> <li>-GM <i>Corporate Contributions</i> – gere as contribuições empresariais;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Benefícios pré-reforma e saúde;</li> <li>-Iniciativa <i>Aging Force</i>-medidas a implementar de acordo com características da força de trabalho (idade, saúde, avaliações ergonómicas de novos sistemas);</li> <li>-Cooperação com representantes internos e externos dos empregados;</li> <li>-Sistema de remuneração orientado pela performance numa base individual ou de equipa;</li> <li>-Programa de liderança, avaliação e desenvolvimento para gestores;</li> <li>-Programa de <i>lifelong learning</i>;</li> <li>-<i>DaimlerChrysler Corporate University</i>;</li> <li>-Programa <i>Career</i> para jovens licenciados a integrar no grupo;</li> <li>-Promove a saúde ocupacional e a segurança no trabalho;</li> <li>-Combate ao HIV – protegendo contra a discriminação;</li> <li>-Respeito pela diversidade (emprego de deficientes, minorias</li> </ul>

		<p>étnicas, combate ao assédio sexual e intimidação;</p> <p>- Ajudam a economia comprando a fornecedores que se encontram em desvantagem ou que estão em minoria no mercado;</p> <p>-Adoptam nos seus regulamentos internos as directivas da O.I.T. e da O.C.D.E, para os Direitos Humanos;</p> <p>-Suporte a instituições de caridade;</p> <p>-Apoio à cultura, arte e desporto;</p> <p>-Fundação DaimlerChrysler;</p>
	<b>DENSO</b>	<b>VISTEON</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Performance Económica</li> </ul>	<p>-A qualidade vem em 1º lugar;</p> <p>-Aposta em I&amp;D, procura da redução do impacto ambiental e aumentar a funcionalidade dos veículos;</p> <p>-Investimento na segurança, no conforto e na melhoria da utilidade do equipamento;</p> <p>-Interesse crescente na ferramenta <i>Socially Responsible Investment</i> (SRI), que demonstra não só a performance financeira, mas também a social, ambiental e ética.</p> <p>-Seleccionada durante 7 anos no índice DJSI (<i>Down Jones Sustainability Indexes</i>);</p> <p>-Foi seleccionada para um dos índices líderes na Europa – ESI (<i>Ethibel Sustainability Indexes</i>);</p> <p>-Igualdade de oportunidades para todos os fornecedores que cumpram os seus requisitos;</p> <p>-Desenvolvimento de um programa conjunto com fornecedores – <i>Constitution Assessment Program for Suppliers</i>;</p> <p>-Distinguem anualmente os melhores fornecedores e promovem actividades de RSE;</p>	<p>-Política de Ética e Integridade traduzida em 9 línguas;</p> <p>-Possuem um Código das Condições Básicas de Trabalho;</p> <p>-Empenho em que os seus fornecedores estejam alinhados com a ética da empresa, que inclui a aplicação da lei e regulamentos ambientais, salários, horas de trabalho, condições de trabalho, discriminação, saúde e segurança;</p> <p>-Seguem as orientações do Nações Unidas – <i>Global Compact</i>;</p> <p>-Apostam na Diversidade como meio de responder aos desafios do mercado global – colaboradores e fornecedores (<i>Employment e Supply Base Diversity</i>);</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Performance Ambiental</li> </ul>	<p>- ECOVISION 2015 em três grandes áreas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Prevenção do aquecimento global</li> <li>Reciclagem</li> <li>Control e redução da utilização de substâncias perigosas</li> </ol> <p>-2010 Plano de Acção Ambiental:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Certificação em ISO 14001 para todas as empresas do grupo</li> <li>Realização de auditorias para determinar o impacto ambiental e no</li> </ol>	<p>-Política de Ambiente, Saúde e Segurança;</p> <p>-Acompanham os seguintes indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Energia</li> <li>Água</li> <li>Emissões gasosas</li> <li>Resíduos Sólidos</li> </ol>

	<p>negócio dos materiais de produção</p> <p>c) Eco-diagnósticos</p> <p>d) Gestão dos riscos</p> <p>e) Educação ambiental (Eco-seminários e Eco-visitas)</p> <p>f) Quantificam as acções em dinheiro – <i>Environmental Accounting</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance Social</li> </ul>	<p>-Seis vezes/ano realizam o fórum RH;</p> <p>-Efectuam um estudo de satisfação dos empregados (<i>Motivation Survey</i>);</p> <p>-Desenvolvimento de planos de carreira e de formação - programas de liderança, educação/ formação e qualidade, educação cultural para facilitar o processos de internacionalização (línguas e outras matérias);</p> <p>-Possuem um Colégio de formação Técnica;</p> <p>-Respeito pelos Direitos Humanos, igualdade de oportunidades e pela diversidade;</p> <p>-Promovem programas de retenção de talentos;</p> <p>-Apoiam situações de reforma e na procura de uma ocupação;</p> <p>-Emprego de pessoas deficientes;</p> <p>-Apoio à maternidade (menos horas de trabalho) e criação de infantários para filhos de colaboradores;</p> <p>-Inspecções periódicas de segurança em todas as empresas;</p> <p>-Equipa de especialistas em saúde e linha telefónica de apoio;</p> <p>-Grupo de apoio para melhorar o estilo de vida dos colaboradores (hábitos alimentares e exercício físico);</p>	<p>-Valorizam a diversidade e um ambiente multicultural de talentos, culturais, etnia, raça, género, idade, orientação sexual, deficiência, nacionalidade, habilitações escolares, experiência de vida e crenças;</p> <p>-Seguem de perto os indicadores:</p> <p>a) Tempo de trabalho perdido por acidentes de trabalho</p> <p>b) Empresas com zero acidentes de trabalho</p> <p>-As contribuições para a comunidade versam duas áreas principais:</p> <p>a) Jovens</p> <p>b) Ambiente</p> <p>-Fazem contribuições para a Arte e Cultura; Educação; Acções Ambientais; Saúde e Serviços Sociais;</p>

## 6. Metodologia

### 6.1 O Inquérito por Questionário

A ferramenta utilizada neste estudo foi o inquérito por questionário e tem como objectivo, identificar práticas de responsabilidade social nas empresas ligadas à indústria automóvel situadas no Parque industrial de Vendas Novas.

A amostra deste estudo foi intencional pois incidiu sobre as empresas ligadas à indústria automóvel do parque industrial de Vendas Novas.

Das sete empresas situadas no parque, seis responderam ao questionário. No momento da recolha do questionário tentou-se de um modo informal averiguar junto dos responsáveis pelas empresas quatro questões:

- a) Quais os **BENEFÍCIOS** que possam trazer a implementação de práticas de responsabilidade Social na empresa;
- b) Quais os **OBSTÁCULOS** à implementação de práticas de RSE;
- c) Que tipo de **APOIOS** são necessários à implementação de práticas de RSE;
- d) Que **MOTIVAÇÕES** podem existir na sua empresa para desenvolver práticas de RSE;

Foram assim utilizadas técnicas de recolha de dados qualitativas, neste estudo exploratório na análise da realidade, pois não se conhecem em Portugal estudos acerca da responsabilidade social nas empresas do sector automóvel (fabricantes) ou do sector dos componentes.

A altura da aplicação do questionário ocorreu em Dezembro de 2008, o que dificultou um pouco a disponibilidade para o seu preenchimento pois estamos a viver uma situação de crise económica neste sector. As empresas viram-se obrigadas de um modo geral a suspender a sua produção 1 a 2 semanas mais cedo do que aquilo que seria normal para a época, os empregados contratados foram dispensados, as encomendas previstas para o início do ano não estão garantidas. Há ainda a assinalar a situação de uma empresa que foi neste mês adquirida pelo seu maior credor, o que obrigou de repente a tomar medidas de *downsizing* e de reestruturação de processos de produção.



O questionário foi construído com base nos indicadores *Ethos* de responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas e está dividido em 7 grandes temas ou dimensões: Valores, Transparência e Governância; Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Clientes e Consumidores; Comunidade; Governo e Sociedade.

Os temas por sua vez são divididos em 25 indicadores ou sub-dimensões. Cada indicador tem uma pergunta-chave que propõe uma reflexão sobre a aplicação da prática na gestão da empresa, com cinco opções de resposta:

1. *Não* – quando a situação retratada não estiver inserida na prática da empresa.
2. *Em Parte* – quando apenas alguns dos factores retratados na situação fizerem parte do quotidiano da empresa.
3. *Em grande parte* – quando a situação retratar uma condição próxima da realidade da empresa.
4. *Sim* – quando a situação descrita fizer parte integral da realidade da empresa.
5. *Não vemos aplicação disso na nossa empresa* – quando o tema desse indicador não se aplicar à realidade da empresa.

Se a resposta for “*não vemos aplicação disso na nossa empresa*”, as demais perguntas do indicador serão consideradas como não aplicáveis.

Na tabela 19 podemos ver a tabela com o conceito, as dimensões e as sub-dimensões abordadas.

Relacionadas com o tema da pergunta-chave as perguntas seguintes são de validação e aprofundamento sobre o tema e contribuem para a compreensão de quais as práticas aplicadas na gestão dos negócios da empresa.

As opções de resposta são binárias “sim”, “não” e ainda “não se aplica” (na), quando a pergunta não se aplicar á realidade da empresa.

Foi ainda criado um campo de resposta aberta no final das perguntas de resposta binária para a empresa indicar, “o que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?”.

**Tabela 19: Conceito de Práticas de Responsabilidade Social nas PME da Indústria Automóvel**

<b>Conceito</b>	<b>Dimensões</b>	<b>Sub-Dimensões</b>
Práticas de RSE nas PME da Indústria Automóvel	Valores, Transparência e Governância	Compromissos Éticos
		Práticas Anti-corrupção (externas)
		Práticas Anti-corrupção (internas)
	Público Interno	Cuidados de Higiene, Saúde e Segurança no Trabalho
		Benefícios Adicionais
		Crítérios de Contratação
		Valorização da Diversidade e Promoção da igualdade
		Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade
		Acesso à Informação
	Meio Ambiente	Gestão dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços
		Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental
		Educação e Sensibilização Ambiental
	Fornecedores	Crítérios de Selecção e Avaliação de Fornecedores
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores
	Clientes e Consumidores	Dúvidas, Sugestões e Reclamações
		Satisfação dos Clientes/Consumidores
		Política de Comunicação Comercial

Conceito	Dimensões	Sub-Dimensões
Práticas de RSE nas PME da Indústria Automóvel	Comunidade	Gestão do Impacto da Empresa na Comunidade
		Relações com a Comunidade
		Estímulo ao Trabalho Voluntário
		Envolvimento da Empresa em Acções Sociais
		Relações com Entidades Beneficiadas
		Participação Comunitária
	Governo e Sociedade	Participação e Influência Social
		Melhoria dos Espaços Públicos

## 7. Resultados da Análise de Dados

### 7.1 Caracterização Geral da Amostra

**Tabela 20: As Empresas da Indústria Automóvel do P.I. de VN**

	Nº de Colaboradores	Capital Social		Destino da Produção em 2007		
	2007	% Nacional	% Estrangeiro	Nacional	Intra-Comunitário	Extra-Comunitário
V.N.Automóveis	168	X		35%	65%	
Edscha	160		X	X	X	X
Key Plastics	103		X	40%	40%	20%
Basmorais	30	X		X		X
Estampcar	23	X			100%	
Shotic Europa	15		X	100%		

a) Não indicaram a percentagem

As empresas analisadas estão classificadas como PME's, todas têm entre 10 e 250 trabalhadores, o volume de negócios situa-se entre os 2 e os 50 milhões de euros, com excepção da Estampcar que tem um volume de negócios inferior a 2 milhões de euros.

Quanto ao tipo de estratégia de negócio desenvolvida pelas empresas nos últimos anos é de consolidação, ou seja, cumprir os objectivos estabelecidos na estratégia (Key Plastics; Edscha; Estampcar) e de crescimento, isto é, procurar novas possibilidades de mercado para as restantes empresas (V.N. Automóveis; Basmorais; Shotic Europa) .

#### Sistemas da Certificação

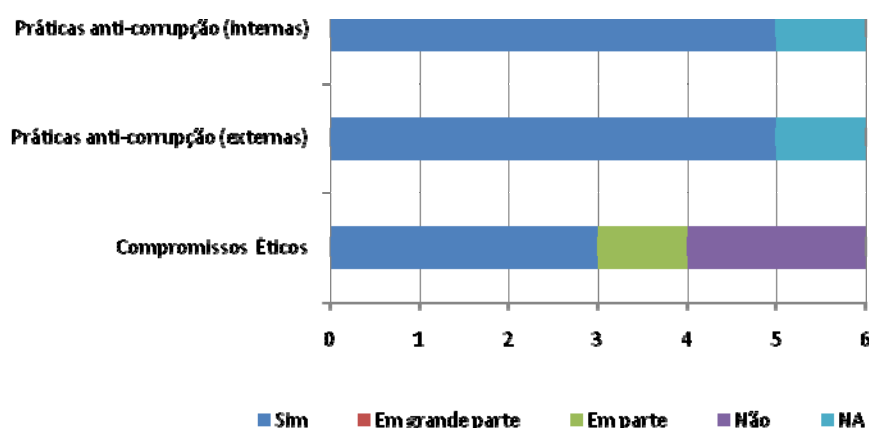
	Qualidade	Ambiente
Shotic Europa	ISO/TS 16949	ISO 14001
Edscha	ISO/TS 16949	ISO 14001
Key Plastics	ISO/TS 16949	ISO 14001
Estampcar	ISO 9001	
V.N.Automóveis	ISO 9001	
Basmorais	Não é certificada	

As empresas de capital estrangeiro são certificadas nos sistemas de certificação de qualidade e ambiente. São em geral imposições da casa-mãe como fazendo parte de uma estratégia empresarial conjunta, ou por força dos

seus clientes como requisito obrigatório para os fornecedores. A norma internacional ISO/TS 16949 é uma extensão da norma ISO 9001, mas com requisitos específicos para a indústria automóvel.

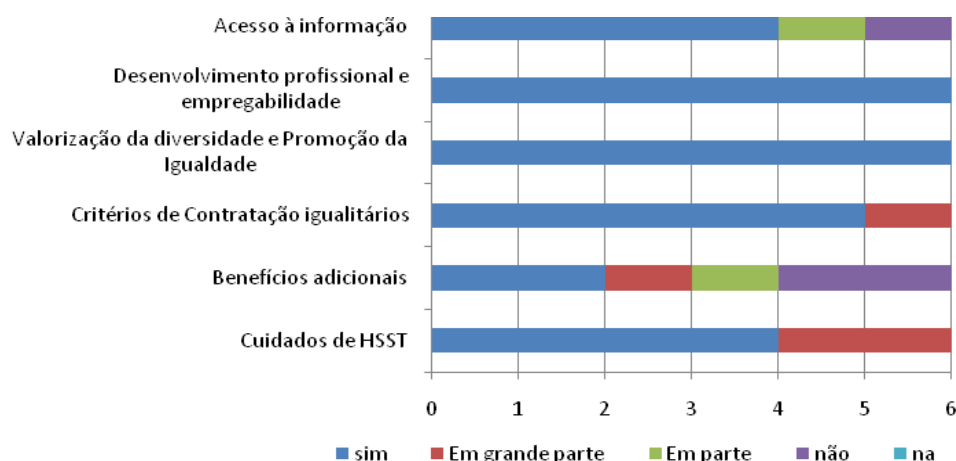
## 7.2 Análise dos Resultados dos Inquéritos

**Gráfico 2: Posicionamento das Empresas face às Práticas Anti-corrupção**



O documento de compromisso ético existe em registo escrito para 3 (empresas certificadas em ISO/TS 16 949 e 14001) das 6 empresas do Parque Industrial, para 1 delas só em parte pois é transmitido de forma oral na pessoa que é o seu Gerente aos empregados, enquanto as restantes empresas dão conhecimento formal desse documento aos seus empregados, 2 delas também aos clientes e 1 aos seus fornecedores. Nenhuma divulga esse documento à comunidade e não há envolvimento das partes interessadas na elaboração do mesmo.

**Gráfico 3: Práticas de RSE Relativas ao Público Interno**



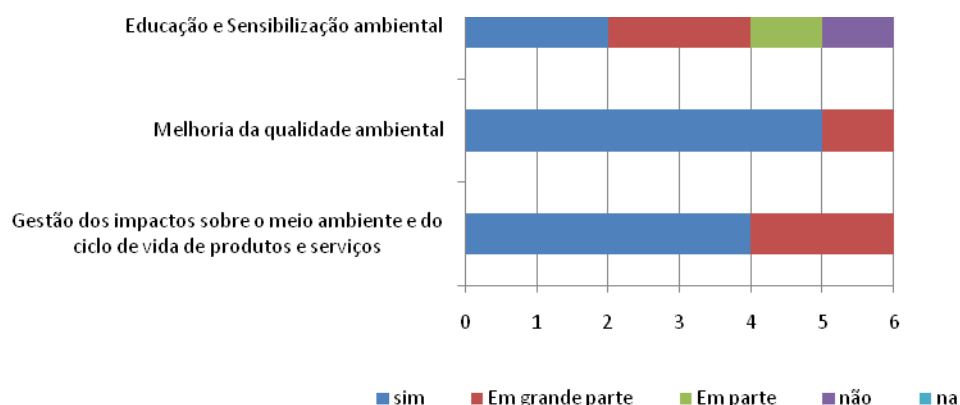
Todas as empresas de um modo geral fomentam práticas de HSST, com excepção de “programas para deixar de fumar” e o “incentivo à prática de actividades físicas”.

Todas as empresas de um modo geral oferecem benefícios adicionais aos seus colaboradores. De assinalar que só 1 oferece seguro de saúde para o agregado familiar e todas disponibilizam viatura, telemóvel e computador a algumas categorias de empregados. No sector automóvel esta prática é bastante comum no que respeita a categorias profissionais elevadas.

Apesar de ser valorizada a diversidade e a promoção da igualdade pelas empresas, só 2 empresas disponibilizam “vagas e condições de trabalho para pessoas com deficiência”.

O desenvolvimento profissional e a empregabilidade é praticado por todas as empresas através da elaboração do plano de formação, através da facilitação do estatuto do trabalhador-estudante, da requalificação/reconversão de trabalhadores (neste ponto com excepção de uma empresa), através da avaliação desempenho, de ascensão na carreira e de esquemas de remuneração variável (há excepção de duas empresas nestes três pontos). Há ainda duas empresas que não têm um programa de acolhimento e integração de novos trabalhadores.

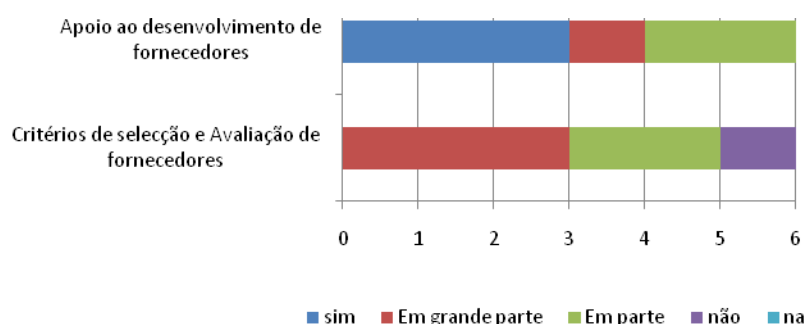
**Gráfico 4: Práticas de RSE Referentes ao Meio Ambiente**



As empresas de um modo geral avaliam os impactos das suas actividades sobre o meio ambiente, procuram utilizar nos seus processos materiais que minimizem os danos provocados no ambiente, fazem o controlo do ruído e da poluição provocadas pelos seus processos. Contribuem para a melhoria da qualidade ambiental através da separação e do destino adequado dos resíduos industriais. Há ainda alguma falha na orientação da política de compras para dar prioridade a fornecedores que não prejudiquem o ambiente e em práticas de aproveitamento de águas e de processos de redução do consumo de água, por parte de 3 empresas.

Quanto à educação e sensibilização ambiental só 1 empresa afirma que não tem essa prática perante os seus empregados, os seus familiares e a comunidade. Mas de um modo geral todas promovem internamente acções de sensibilização para reduzir o consumo de água e energia e para a correcta reciclagem de materiais. Duas empresas incentivam o uso de materiais reciclados como o papel e 3 delas apoiam iniciativas e projectos voltados para a educação ambiental.

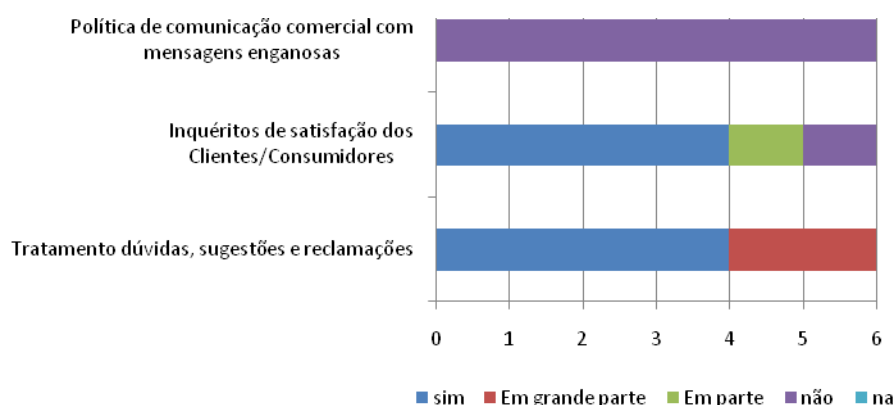
**Gráfico 5: Práticas de RSE Relativas aos Fornecedores**



Os critérios de selecção e avaliação de fornecedores são vastos e por isso é difícil às empresas cumprirem integralmente todos os critérios apontados no questionário, nomeadamente se estes mantêm práticas de RSE. Por exemplo, só 1 empresa verifica se os seus fornecedores cumprem a legislação do trabalho e 2 se cumprem a legislação fiscal. A verificação do respeito pelos direitos humanos, se dispõem de condições de trabalho adequadas, se valorizam a diversidade de pessoas, não é verificada por nenhum das empresas inquiridas. Só 2 empresas se certificam que os materiais fornecidos não são de proveniência duvidosa. A certificação em ambiente é valorizada na selecção de fornecedores por 3 empresas e a certificação em qualidade é valorizada por 5. A certificação em ambiente e em qualidade só não são valorizadas pela empresa que também não é certificada em nenhum dos referenciais.



**Gráfico 6: Práticas de RSE na Relação com Clientes/Consumidores**

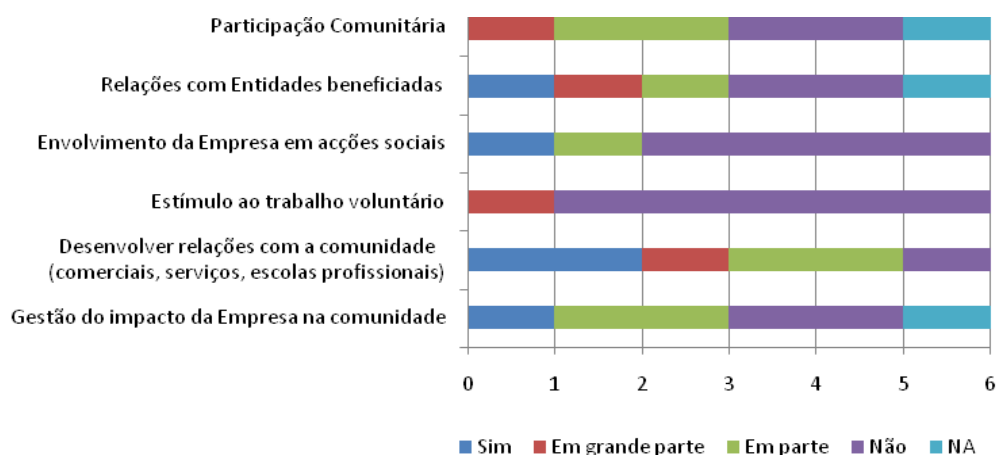


Todas as empresas fazem o tratamento de dúvidas, sugestões e reclamações. Documentam essas informações e estabelecem prazos de resolução para os problemas, há excepção de 1 empresa, que por não ser certificada também não sente esta obrigatoriedade. Mas todas analisam melhorias que possam ser implementadas fruto dessas reclamações e esclarecem os seus clientes acerca das mesmas.

Mais uma vez só a empresa que não é certificada não realiza inquéritos de satisfação aos seus clientes, mas afirma que pesquisa as suas opiniões para implementar melhorias na qualidade dos produtos fornecidos.

Todas as empresas têm cuidado na política de comunicação comercial e estão preparadas para adoptar medidas correctivas, no caso de os seus produtos causarem algum tipo de dano à saúde ou à segurança dos seus clientes.

**Gráfico 7: Práticas de RSE Desenvolvidas na Comunidade**



É nas relações que as empresas estabelecem com a comunidade onde estão inseridas que se verifica o maior número de respostas negativas, o que revela o ponto mais débil nas práticas de RSE.

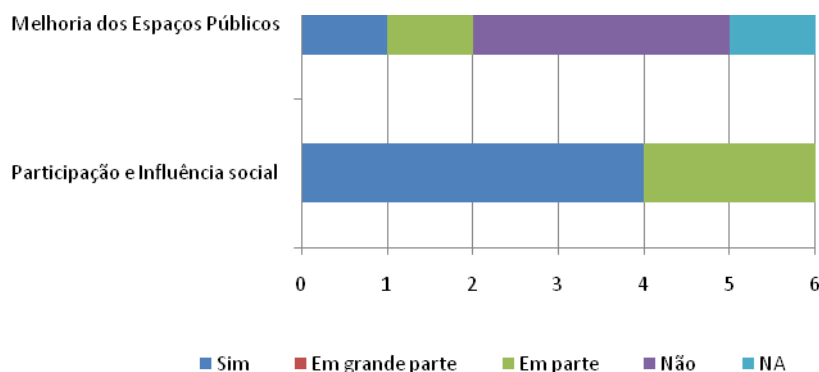
Nenhuma empresa realiza pesquisas perante a comunidade para prevenir ou levantar possíveis problemas causados pela sua actividade, o que possivelmente se deverá ao facto de estarem situadas dentro de uma zona industrial, pois ao mesmo tempo todas tomam medidas para controlar a emissão de poluição atmosférica e do ruído exterior.

No desenvolvimento de relações com a comunidade é de assinalar a preferência dada aos produtos/serviços de empreendedores locais e a contratação de empregados que residam nas proximidades. Articulam também a necessidade de perfis profissionais com os estabelecimentos de ensino (Universidades, IEFP, escolas profissionais), há excepção de 1 empresa.

O estímulo ao trabalho voluntário é ainda uma prática pouco desenvolvida pelas empresas, tal como o envolvimento da empresa em acções sociais e a mobilização dos seus contactos a favor dessa entidade (nesta última há excepção de 1 empresa).

As relações com entidades beneficiadas e a participação comunitária é referida por 3 das empresas, mas na prática não se traduz num acompanhamento dessa parceria entre a empresa e a entidade, nem num trabalho conjunto de interesse público como por exemplo campanhas educacionais entre a empresa e as organizações locais.

**Gráfico 8: Posicionamento das Empresas face ao Governo e à Sociedade**



É consensual entre as empresas a participação e a influência social em organizações como por exemplo associações comerciais, empresariais, encontros regionais/locais entre empresas, e que esse espaço sirva para actualizar e discutir com outras empresas as suas dificuldades e outras formas de mobilização em busca de melhores condições quer para os negócios quer para a comunidade.

Já a melhoria dos espaços públicos só é apoiada por 2 das empresas e só 1 das empresas inclui no seu orçamento anual uma verba destinada a apoios à comunidade.

### **7.3 As Opiniões dos Empresários na Implementação de Práticas de RSE**

EMPRESA: V.N Automóveis, S.A.

Responsável: Dr. Helder Gonçalves – Administrador

**O Contexto:** Empresa fundada em 1993, que tem como actividade a produção de veículos automóveis. Passou por um processo de reestruturação quando foi adquirida pelo grupo português ao qual pertence hoje – Incompol.

A sua actuação ao nível dos benefícios começou por ser na estrutura física da empresa pois encontrava-se bastante degradada fruto do tempo e do descuido da anterior administração. Criaram áreas sociais, efectuaram obras de beneficiação do refeitório e do posto médico, que funciona para além da prática da medicina no trabalho, como por exemplo controlo do plano de vacinas

nacional. Fazem um estudo das causas dos acidentes de trabalho e aplicam medidas correctivas.

A RSE ainda não faz parte da estratégia, mas apostam numa política de transparência. Neste momento estão ainda a tentar suprimir as necessidades mais básicas dos seus colaboradores como a renovação das instalações desde escritórios, balneários bem como o edifício fabril. Foi também referido pelo Administrador que é fundamental estabelecer um programa de educação/formação das pessoas ao nível dos comportamentos sociais e de cidadania, para depois conseguirem passar para o nível da responsabilidade empresarial.

EMPRESA: Edscha – Sistemas para Automóveis, Lda.  
Responsável: Engº Pinto – Director Geral

**O Contexto:** Empresa fundada em 2001, mas que resultou da fusão com uma empresa portuguesa situada em Vendas Novas e com várias décadas de existência – Arjal – Indústrias Metalúrgicas, Lda. A empresa Edscha faz parte do grupo de origem alemã Edscha AG, detentor a 100% do seu capital, tendo absorvido por completo a empresa de origem portuguesa.

EMPRESA: Key Plastics Portugal S.A.  
Responsável: Engº José Godinho – Director Geral

**O Contexto:** Empresa fundada em 1994, tem como actividade a produção de artigos plásticos NE para a indústria automóvel. Neste momento tem capital 100% americano e pertence ao grupo *Key Plastics*.

EMPRESA: Basmorais Vendas Novas – Carroçarias e Basculantes, Lda.  
Responsável: Engº Sebastião Ferreira – Sócio Gerente

**O Contexto:** Empresa fundada em 1999, tem como actividade a fabricação de carroçarias e basculantes. A empresa tem a sua sede na Póvoa do Varzim e faz parte do grupo português Bascontriz. Esta empresa é a única das seis que não é certificada Por um lado, ainda não sentiram essa necessidade e por

outro, têm falta de recursos humanos e de tempo disponível para o fazerem. É uma empresa que se depara com alguns problemas dos seus colaboradores ao nível social - falta de dinheiro. Esse facto condiciona todo o ambiente social que se vive na empresa e implica mesmo a intervenção do seu Gerente de modo a minimizar a situação.

O seu Gerente refere ainda que, para uma empresa que não está certificada por nenhum referencial é difícil avançar para um nível de responsabilidade empresarial mais profundo, apesar de algumas práticas nomeadamente ao nível ambiental e de recursos humanos evidenciarem uma preocupação nessas áreas.

EMPRESA: Estampcar – Sistemas de Estampagem, Lda.  
Responsável: Engº Carlos Pica – Director Geral

**O Contexto:** Empresa fundada em 2001 de capital inteiramente português, tem como actividade a produção de peças metálicas por prensagem a frio. O seu Director Geral afirmou não ter o conceito suficientemente amadurecido para poder opinar sobre as questões colocadas na tabela 21.

EMPRESA: Shotic Europa-Indústria de Alumínio, Lda.  
Responsável: Engº Iwao Hashimoto – Gerente

**O Contexto:** Empresa fundada em 1999, tem como actividade a produção de componentes de alumínio para a indústria automóvel. Esta empresa tem capital 100% japonês e faz parte do grupo Showa Denko K.K. O grupo emite um relatório de sustentabilidade onde integra a informação de todas as empresas que dele fazem parte ao nível mundial.

Na tabela 21 está uma breve descrição do resultado de uma conversa informal com os responsáveis das empresas inquiridas aquando da recolha do questionário. Tentamos apreender o que cada um deles pensa acerca dos benefícios, das motivações que podem levar à introdução de práticas de responsabilidade social. Ao mesmo tempo que tentamos apreender quais os obstáculos sentidos para o conseguir e que tipo de apoios seriam necessários à sua implementação.

**Tabela 21: Análise SWOT da RSE nas Empresas da Indústria Automóvel do P.I. de Vendas Novas**

<p><b><u>Benefícios:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da satisfação dos colaboradores;</li> <li>- Dar um maior sentimento de estabilidade;</li> <li>- Aumento da produtividade;</li> <li>- Aumento de sentimento de orgulho na empresa por parte dos seus colaboradores;</li> <li>- Contribuir para a protecção ambiental e para o crescimento sustentado da sociedade;</li> <li>- Além do lucro que é o objectivo da empresa fazer o retorno desse lucro na sociedade é igualmente importante;</li> <li>- Estimular a economia através do investimento na sociedade é também importante para a actividade económica das empresas, pois podem gerar atitudes de confiança através das actividades de RSE;</li> <li>- Maior possibilidade de atrair e reter colaboradores talentosos, o que permitirá o desenvolvimento de produtos e serviços e por sua vez contribuir para o crescimento da sociedade;</li> </ul>	<p><b><u>Motivações:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Princípios éticos e cívicos;</li> <li>- Apoio aos colaboradores quer ao nível individual quer colectivo;</li> <li>- Pressão exercida pelo mercado da indústria automóvel onde os padrões de qualidade são demasiado exigentes;</li> <li>- Criar programas oficiais de sensibilização na área monetária dos seus colaboradores;</li> <li>- As actividades de RSE trarão o respeito e a confiança para os colaboradores e para a sociedade onde a empresa está inserida;</li> <li>- A empresa pode adquirir um status especial perante a sociedade e constituir um motivo de orgulho para os seus colaboradores por pertencerem a uma empresa que desenvolve um bom trabalho na área da responsabilidade empresarial;</li> <li>- Investimento dos lucros gerados na empresa na melhoria das condições de trabalho dos seus colaboradores;</li> </ul>
<p><b><u>Obstáculos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de visão estratégica por parte das empresas, pois muitas vezes a pressão sobre os lucros imediatos é muito grande;</li> <li>- Crise económica que afecta neste momento todo o sector automóvel;</li> <li>- A própria cultura da empresa pode ser um obstáculo;</li> <li>- A situação financeira é também um factor de peso;</li> <li>- A falta de pró-actividade nesta matéria devido a terem ainda como prioridade satisfazer as necessidades básicas dos empregados;</li> </ul>	<p><b><u>Apoios:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A Associação Empresarial do Parque Industrial de Vendas Novas seria um elemento fundamental para em parceria com as empresas do parque desenvolver acções de responsabilidade social (p.e a criação de uma creche e de um posto médico dentro do próprio parque industrial);</li> <li>- Serviços de consultoria;</li> <li>- Incentivos fiscais, ou outros por parte do Governo;</li> </ul>

## 8. Conclusões

### 8.1 Contributos do Estudo Exploratório para a RSE

A análise da realidade escolhida incidiu sobre um conjunto de empresas que por fazerem parte do universo de construtores e de componentes da indústria automóvel, podem os seus resultados serem estendidos a contextos semelhantes.

Um dos contributos das empresas analisadas para as iniciativas relevantes nos principais domínios identificados na UE para a RSE (tabela 3), situa-se no domínio das **Normas de Gestão** da Qualidade e Sistemas de Gestão Ambiental. Há excepção de uma empresa, todas são certificadas. Três delas em ambos os referenciais - ISO/TS 16 949 e ISO 14001 e duas no referencial ISO 9001.

No domínio dos **Relatórios** também identificados como iniciativa relevante na UE, uma das empresas prepara informação para a casa-mãe incluir no relatório de sustentabilidade do Grupo segundo as normas do GRI. Não podemos deixar de referir que se trata de uma subsidiária japonesa onde as questões relacionadas com a responsabilidade social estão de uma maneira geral incorporadas na estratégia de gestão das empresas, como aconteceu com os requisitos da qualidade e do ambiente, onde o Japão foi pioneiro.

A pressão do mercado nomeadamente a dos clientes para os quais fornecem impõem por sua vez a condição de empresa certificada nos seus requisitos específicos de fornecimento. Não é possível a uma empresa que está no mercado global trabalhar com padrões de qualidade que não sejam certificados. Esta exigência está a passos largos a ser estendida ao cumprimento dos requisitos ambientais. Os construtores automóveis de 1ª linha exigem padrões de qualidade elevados e isso só é possível às empresas se respeitarem os sistemas de certificação de qualidade e ambiente internacionalmente reconhecidos, para que se mantenham na cadeia de fornecimento.

Na dimensão dos valores, transparência e governância existe de uma maneira geral um compromisso ético das empresas para com os seus empregados, o que traduz a valorização da componente interna nas suas preocupações.

Componente esta que é fortemente valorizada na dimensão público interno onde as práticas de responsabilidade para com os seus empregados se acentuam na componente da higiene, saúde e segurança e nos benefícios adicionais que oferecem aos seus empregados.

Ainda se verificam algumas lacunas na adaptação das suas estruturas físicas e culturais para integrarem pessoas com deficiência (com excepção de duas empresas), o que de alguma forma revela falhas ao nível da inclusão social de grupos desfavorecidos da população que se acentuam em todas as empresas quando falamos de dar oportunidades de trabalho a ex-reclusos ou ex-toxicopedentes.

É nesta área que os governos terão que ser mais interventivos, ao perceber os limites da responsabilidade social das organizações e criar uma estrutura de incentivos e de apoio na resolução destes problemas para que se garanta a inclusão social de franjas de população desfavorecidas.

A gestão dos impactos sobre o meio ambiente e o comprometimento com a melhoria da qualidade ambiental são sem dúvida as práticas mais generalizadas entre as empresas pois reflectem ao mesmo tempo a preocupação em reduzir os custos do negócio e o cumprimento da legislação.

Quanto à relação que estabelecem com os seus fornecedores verifica-se de uma maneira geral aquilo que as empresas sentem por parte dos seus clientes no mercado da indústria automóvel. O item mais valorizado é se possuem a certificação no referencial da qualidade. Este facto prende-se como já foi referido pelos elevados padrões de qualidade exigidos à indústria automóvel e que se estende a toda a cadeia de valor.

A relação com os clientes é alvo de atenção por parte de todas as empresas, tal como o tratamento de dúvidas, sugestões e reclamações. Esse facto é em grande parte devido ao tipo de relações comerciais verificadas neste tipo de



mercado, onde os fornecedores têm dificuldade em entrar mas de onde podem ser excluídos se não cumprirem determinados padrões de qualidade, como por exemplo os tempos de resposta e a resolução dos problemas identificados. O manter uma relação comercial de qualidade e de confiança e competitiva, é condição primordial para se manterem no negócio.

É na relação que as empresas estabelecem com a comunidade na vertente de práticas de gestão que beneficiem o desenvolvimento local, que as acções de responsabilidade social revelam menos importância. O facto de estas práticas não estarem integradas na estratégia das empresas, não fazerem parte do seu *core business*, aliadas à falta de tempo e muitas vezes de recursos financeiros e humanos, faz com que sejam relegadas para segundo plano e em muitos casos simplesmente não existem.

Nesta dimensão com excepção das práticas como preferência dada aos produtos e serviços locais sempre que existe essa oferta, bem como a contratação de empregados que residam nas proximidades, no trabalho que desenvolvem com alguns estabelecimentos de ensino na adequação dos perfis profissionais às necessidades da empresa.

De assinalar que só uma empresa na dimensão governo e sociedade inclui no seu orçamento anual uma verba destinada a apoios à comunidade, por oposição à participação em encontros sectoriais, comerciais ou outros que de acordo com o negócio das empresas possam trazer valor acrescentado directamente para o seu *core business* e onde todas intervêm.

## **8.2 Principais Conclusões e Recomendações**

Sendo a RSE um conceito dinâmico deve ser contextualizado e na realidade estudada é a dimensão interna aquela que mais impacto tem nas actividades das empresas nomeadamente a gestão dos seus recursos humanos, saúde e segurança no trabalho e a gestão do impacto ambiental. Na dimensão externa há a assinalar os clientes.

São efectivamente os empregados na dimensão interna, e os clientes na dimensão externa, os *key stakeholder* identificados neste estudo em PME's do sector automóvel.

Apesar de nenhuma das empresas ter referido estar inserida numa estratégia de negócio que vise a sobrevivência, neste momento de crise económica no sector automóvel algumas delas estarão a passar por essa experiência.

A pressão sobre os lucros e a falta de visão estratégica dos gestores condiciona a actuação das empresas para além do que é o seu negócio.

Algumas empresas ainda se debatem com o imperativo da satisfação dos factores higiénicos da teoria de Herzberg e que são: “a segurança, o estatuto, as relações com os subordinados, a vida pessoal, as relações com o grupo, o salário, as condições de trabalho, as relações com os superiores, a supervisão e a política geral da empresa. Os factores motivadores que contribuem para a satisfação são o crescimento, a responsabilidade, o trabalho em si, o reconhecimento e a realização” (Camara et al, 1998:68).

É por essa razão que as motivações de cruzam com os obstáculos na promoção da responsabilidade social referidos na tabela 21. Estas duas forças fazem com que os obstáculos ainda tenham um peso bastante significativo no contexto estudado.

De acordo com a organização canadiana CCSR estas empresas estariam no nível da auto-análise e as respostas a este questionário são uma ajuda nesse sentido pois permitem olhar para o mesmo como uma ferramenta de auditoria. Sabemos que tipo de iniciativas as empresas já implementaram e qual o nível de compromisso que estabeleceram com essas acções (p.e. se estão descritas na política, nos seus sistemas de gestão, etc).

O nível seguinte seria registar as forças e as fraquezas de acordo com os objectivos das empresas e estabelecer prioridades de actuação. Por exemplo se pretendem arriscar financeiramente mas ganhar reputação na comunidade onde operam ou estabelecer estratégias de custo/benefício ou até uma combinação de ambas.

Este seria o passo seguinte para as empresas que pretendessem avançar mais um nível para se tornarem cada vez mais responsáveis socialmente.

Se estabelecermos uma analogia com as gerações de RSE do autor Simon Zadeck, diríamos que estas empresas estão todas elas na 1ª geração mas com um pé na 2ª geração para aquelas que têm os seus sistemas ambientais certificados (ISO 14001), pois só ao nível ambiental a responsabilidade social faz parte da estratégia da empresa. A 1ª geração comporta na sua actuação práticas pontuais e que não fazem parte da sua estratégia, podem no entanto aumentar a sua reputação.

Talvez possamos acrescentar ainda aqui uma fase anterior – a geração embrionária. Pois apesar de se verificarem em todas as empresas práticas de responsabilidade social o conceito em si mesmo está ainda num estado muito embrionário. Quer seja pelas condições financeiras de algumas das empresas quer seja pela própria cultura dos seus gestores.

É certo que o contributo das empresas para o crescimento sustentado da economia passa por estabelecerem na sua estratégia uma actuação responsável. Cabe a cada empresa definir até onde deve ir para dar o seu contributo. Não se pede que salvem o planeta, mas que implementem nas suas práticas de negócio atitudes responsáveis e que com isso contribuam para uma sociedade mais saudável, mais coesa, mais equitativa.

Algumas outras questões devem ser levantadas para reflexão de modo a que a responsabilidade social não seja vista somente como uma panaceia por parte dos decisores políticos para resolver todos os problemas do crescimento económico sustentado, mas que seja apreendida como uma ferramenta de gestão que sirva a melhoria do desempenho interno e externo das próprias empresas, na relação sistémica que estabelecem com a sociedade:

- A competição entre as empresas no processo de globalização poderá servir de alavanca ou de travão para o crescimento sustentado?
- Servirá a competição para enfrentar os problemas ambientais, demográficos, económicos e sociais?

- Ao mesmo tempo que a competitividade estimula o desenvolvimento tecnológico quer ao nível da inovação dos processos, dos produtos e serviços, da inovação organizacional, podemos questionar qual é o seu papel na inovação social?
- Estaremos nós preparados para passar da responsabilidade social empresarial para o empreendedorismo social, como o fazem companhias como a Microsoft, a IBM ou a Cisco?
- Quem deve contribuir para projectos de inovação social? Os cidadãos, as organizações, o Estado? Qual o retorno desses investimentos?
- Qual o papel das economias do Sudeste Asiático na economia global?
- Corremos o risco de não sermos capazes de combater as desigualdades económicas dentro e além fronteiras?
- E de combater os danos causados ao sistemas de suporte da vida global?
- A concentração do poder em unidades económicas multinacionais irresponsáveis será uma realidade? (Grupo de Lisboa, 1994).

São somente algumas questões para reflexão futura e que de algum modo podem contribuir para a consciencialização global de que valores como a verdade, humildade e solidariedade se devem aplicar também à sociedade capitalista.

## Glossário

CBSR – *Canadian Business for Social Responsibility*

DS – Desenvolvimento Sustentável

EHS – *Environment Health Safety*

ENDS – Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável

GRI – *Global Reporting Initiative Guidelines*

GEMI – *Global Environmental Management Initiative*

NS – Negócio Sustentável

OCDE - *Organization for Economic Co-operation and Development*

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONG – Organização não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PIENDS – Plano de Implementação da Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável

PME's – Pequenas e Médias Empresas

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

*Triple Bottom Line* - Em português designado como os três P's – Planet, People, Profit (Planeta, Pessoas e Lucros, ou seja, o Ambiente, as Pessoas e a Economia).

U.E. – União Europeia

WBCSD – *World Business Council for Sustainable Development*

## Bibliografia

Accountability, Consortium Research Study Department of Trade and Industry. 2002. **Engaging SMEs in Community & Social Issues**. United Kingdom. [http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/roundtable2/engaging\\_smes.pdf](http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/roundtable2/engaging_smes.pdf).

Associação de Fabricantes para a Indústria Automóvel (AFIA). 2008. **AUTO 2008 - O Sector Automóvel em Números**.

Camara, Pedro B., Guerra, Paulo Balreira, Rodrigues, Joaquim Vicente. 1998. **Humanator – Recursos Humanos e Sucesso Empresarial**. Lisboa. Publicações d. Quixote. 2ªEdição.

CEO Climate Policy Recommendations to G8 Leaders. 2008. **Word Business Council for Sustainable Development**. World Economic Forum. July.

Canadian Business for Social Responsibility. 2003. **Engaging Small Business in Corporate Social Responsibility – A Canadian Small Business Perspective on CSR (2003)** Canadian Business for Social Responsibility. October, Report. [www.cbsrbc.ca](http://www.cbsrbc.ca).

Comissão Europeia. 2008. **Progress on EU Sustainable Development Strategy**. Final Report. Bruxelas/Roterdão, 29 February. [http://ec.europa.eu/sustainable/docs/sds\\_progress\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/sustainable/docs/sds_progress_report.pdf)

Comissão Europeia. 2004. **ABC of the main instruments of Corporate Social Responsibility**. Employment&social affairs, Industrial relations and industrial change.

Comissão Europeia. 2003. **Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility**. Employment&social affairs, Industrial relations and industrial change.

Comissão Europeia. 2002. PME em foco – **Principais resultados do Observatório das PME Europeias 2002**. Publicações – DG Empresa. Comissão Europeia. <http://europa.eu.int/comm/enterprise>.

Comunicado da Comissão. 2002. Relativa à **Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável** Comissão das Comunidades Europeias.

Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável – BCSD Portugal. 2002. **Comunicar o Desenvolvimento Sustentável – Encontrar o Equilíbrio**.

Drenk, Dirk, 2005. Sustainable Business – a success story for small and medium sized enterprises? Paper presented at the 45nd **Congress of the Regional European Science Association**. Amsterdam. 23-27 August.

Dahlsrud, Alexander. 2008. How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 15: 1-13.

DaimlerChrysler. 2007. 360 Degrees, Sustainability (2007). [www.daimler.com](http://www.daimler.com).

DENSO. 2006. Summary of fiscal (2006). Social Responsibility of DENSO. [www.densocorp-na.com](http://www.densocorp-na.com).

Dimas, Cristina (Coord). 2004. **Responsabilidade Social das Empresas. Estado da Arte em Portugal 2004**. CECO.A.

Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável – ENDS 2015. 2008.1º **Relatório Intercalar de Execução**. [http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/document/ENDS2015\\_Relatorio\\_Progresso\\_1ano.pdf](http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/document/ENDS2015_Relatorio_Progresso_1ano.pdf).

General Motors. 2005/06. Economic Performance, Responsibility Report. [www.gm.com](http://www.gm.com)

Global Environmental Management Initiative (GEMI). 2004. Clear Advantage: Building Shareholder Value. <http://www.gemi.org>

Gössling, Tobias, Vocht Chris. 2007. Social Role Conceptions and CSR Policy Success. **Journal of Business Ethics**, 74: 363-372.

Grupo de Lisboa. 1994. **Limites à Competição**. Lisboa. Publicações Europa-América.

Gully, Alan, Stainer, Lorice, Satiner, Alan. 2006. Responsible Business decisions: an over-arching framework. **Journal of Public Affairs**, 6: 185-196.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. 2007. **Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Kercher, Kim. 2006. Corporate Social Responsibility: Impact of globalization and international business. **Corporate Governance eJournal**. Year 2007. Bond University, Faculty of Law.

KPMG's, Global Sustainability Services and United Nations Environment Program (UNEP). 2006. Carrots and Sticks for Starters.

Moon, Jeremy. 2007. The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development. **Sustainable Development**, 15: 296-306.

Pacific Sustainability Index Scores, Motor Vehicles and Parts Sector, 2006, Roberts Environmental Center, Claremont Mckenna College.  
<http://www.roberts.cmc.edu/>

Porter, Michael E., Kramer, Mark R. 2006. Strategy and Society. The Link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**. December: 1-15.

Rego, Arménio, Cunha, Miguel Pina, Costa, Guimarães, Gonçalves, Helena, Cabral-Cardoso, Carlos. 2007. **Gestão Ética e Socialmente Responsável**. Lisboa. Editora RH.

Santos, Maria João Nicolau (Coord.). 2006. **Responsabilidade Social nas PME – Casos em Portugal**. Lisboa. Editora RH.

Santos, Maria João Nicolau (Coord). 2005. **Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial**. Oeiras. Celta Editora.

Santos, Maria João Nicolau et al. 2004. Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial. **Revista Sociedade e Trabalho, MTSS**, nº22 Janeiro/Abril.

Williamson, D., Lynch-Wood, G., Ramsay, J. 2006. Drivers of Environmental Behaviour in Manufacturing SMEs and the Implications for CSR. **Journal of Business Ethics**, 67:317-330.

Scherer, Andreas Georg, Palazzo, Guido. 2007. Toward a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society Seen From a Habermasian Perspective. **Academy of Management Review**, Vol.32, Nº 4: 1096-1120.

United Nations Industrial Development Organization. 2002. **Corporate Social Responsibility – Implications for Small and Medium Enterprises In Developing Countries**. United Nations Industrial Development Organization. Viena. <http://www.unido.org/userfiles/Bethkek/csr.pdf>

**Visteon**. 2007. Sustainability Report,. [www.visteon.com](http://www.visteon.com)

#### **SITES CONSULTADOS:**

<http://www.un.org/>

<http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/>

<http://www.cbsr.ca/>

<http://www.equal.pt/>

<http://www.bcsdportugal.org/>

<http://www.oecd.org>



<http://www.wbcsd.org>

<http://www.eabis.org>

<http://www.thesullivanfoundation.org/foundation/>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page)

[http://ec.europa.eu/employment\\_social/soc-dial/csr/index.htm](http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/index.htm)

<http://www.desenvolvimentosustentavel.pt/>

## **Anexos**



INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO PARA IDENTIFICAR PRÁTICAS DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS LIGADAS À INDÚSTRIA AUTOMÓVEL  
SITUADAS NO PARQUE INDUSTRIAL DE VENDAS NOVAS

Este questionário é desenvolvido no âmbito do Mestrado em Sociologia Económica e das Organizações do Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG). Tem como objectivo fazer um levantamento das práticas de responsabilidade social existentes nas pequenas e médias empresas ligadas ao cluster automóvel.

O questionário não pretende ser exaustivo havendo em cada pergunta um espaço para outras práticas que estejam ou que pretendam virem a ser desenvolvidas pela empresa. São abordadas 7 dimensões:

- Valores, Transparência e Governância
- Público Interno
- Meio Ambiente
- Fornecedores
- Clientes e Consumidores
- Comunidade
- Governo e Sociedade

Não há respostas certas ou erradas, pois não se pretende com este instrumento fazer algum juízo de valor, mas apenas contribuir para o estudo das actividades de responsabilidade social no sector automóvel.

O preenchimento deste questionário deverá demorar cerca de 15 minutos e é garantida a confidencialidade das informações.

**Opções de resposta:**

1. *Não* – quando a situação retratada não estiver inserida na prática da empresa.
2. *Em Parte* – quando apenas alguns dos factores retratados na situação fizerem parte do quotidiano da empresa.
3. *Em grande parte* – quando a situação retratar uma condição próxima da realidade da empresa.
4. *Sim* – quando a situação descrita fizer parte integral da realidade da empresa.
5. *Não vemos aplicação disso na nossa empresa* – quando o tema desse indicador não se aplicar à realidade da empresa.



## INQUÉRITO ÀS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EM PME's DO SECTOR AUTOMÓVEL

### A Empresa

#### 1. Caracterização Geral da Empresa:

EMPRESA:			
Ano Fundação:			
CAE (Código da Actividade Económica):		Nº Pessoas ao serviço (2007)	
Descrição da Actividade:			

Capital Social:		EUR
Composição do Capital	% Nacional	% Estrangeiro
Integrada num grupo empresarial?	Sim	Não
Se sim, qual?:		País:

Volume de negócios (2007)
---------------------------

- a) ☐ Menos de 2 Milhões de Euros      c) ☐ Entre 10 e 50 Milhões Euros  
b) ☐ Entre 2 e 10 Milhões Euros      d) ☐ Maior de 50 Milhões Euros

#### 2. Destino da Produção, 2007 (% da facturação):

Local	Regional	Nacional	Intra-Comunitário	Extra-Comunitário

#### 3. Qual o tipo de estratégia da empresa nos últimos anos? (Assinale apenas 1 resposta)

Sobrevivência (lutar para manter os actuais clientes)	
Consolidação (cumprir os objectivos estabelecidos na estratégia)	
Crescimento (procurar novas possibilidades de mercado)	
Outra. Qual?	

#### 4. Sistema de Certificação de Qualidade (assinale, por favor):

A empresa está certificada?	Sim	Não
-----------------------------	-----	-----

Se sim, qual?

ISO 9001	
ISO 9002	
ISO 14001	
ISO/TS 16949	

EMAS	
OHSAS 18001	
Outros (p.f. especifique):	

## As práticas de Responsabilidade Social da Empresa

### Valores, Transparência e Governância

<b>Indicador 1</b>	<b>Compromissos Éticos</b>
--------------------	----------------------------

*Assinalar apenas 1 opção de resposta*

A empresa possui um documento escrito que esclarece quais são os comportamentos incentivados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais (p.e. código de conduta, declaração de valores da empresa)?	<input type="checkbox"/>	Sim
	<input type="checkbox"/>	Em grande parte
	<input type="checkbox"/>	Em parte
	<input type="checkbox"/>	Não
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

*Assinalar apenas 1 opção para cada pergunta (sim, não, ou não se aplica)*

Esse documento é do amplo conhecimento dos seus:	SIM	NÃO	NA
1.1 Empregados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 Clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 Fornecedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4 Comunidade?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5 A empresa procura envolver as suas partes interessadas (empregados, clientes, fornecedores, comunidade) na elaboração e revisão desse documento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 2</b>	<b>Práticas Anti-corrupção</b>
--------------------	--------------------------------

A empresa segue as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumpre a legislação e procura um posicionamento legal?	<input type="checkbox"/>	Sim
	<input type="checkbox"/>	Em grande parte
	<input type="checkbox"/>	Em parte
	<input type="checkbox"/>	Não
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

2.1 Os princípios em relação à concorrência leal constam de algum documento escrito ou estão divulgados no seu website, ou por meio de outro suporte que seja acessível às partes interessadas (clientes, fornecedores, accionistas, etc)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 3</b>	<b>Práticas Anti-corrupção</b>
--------------------	--------------------------------

Além de actuar de acordo com a legislação em vigor, a empresa dispõe de um conselho de administração, estrutura de sócios ou similar, e as suas demonstrações financeiras são auditadas por uma entidade externa independente?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

3.1 Existe algum documento escrito (procedimento/descrição funções) e acessível aos empregados onde possam consultar quais as leis a que estão submetidos nas suas actividades profissionais para que as possam cumprir integralmente?


3.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?

**Público Interno**

<b>Indicador 4</b>	<b>Cuidados de Higiene, Saúde e Segurança no Trabalho</b>
--------------------	---

Além de cumprir as obrigações determinadas pela lei, a empresa preocupa-se em oferecer aos seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, fomentando os cuidados de higiene e saúde e mostra-se aberta a críticas e sugestões relativas a estes aspectos?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
-------------------	-----	-----	----

4.1 Tem programas de apoio para deixar de fumar?

--	--	--

4.2 Incentiva os empregados a praticar actividades físicas?

--	--	--

4.3 Orienta os empregados quanto aos cuidados com a postura corporal durante as actividades profissionais?

--	--	--

4.4 Oferece instalações em boas condições de utilização?

--	--	--

4.5 Fornece voluntariamente equipamento de protecção individual (EPI), como óculos, capacete, luvas, auriculares?

--	--	--

4.6 Orienta e incentiva o uso de EPI?

--	--	--

4.7 Tem e divulga o plano de emergência junto de todos os empregados?

--	--	--

4.8 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?

<b>Indicador 5</b>	<b>Benefícios Adicionais</b>
--------------------	------------------------------

A empresa oferece benefícios adicionais aos seus empregados e dependentes?	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa oferece aos empregados:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
--	------------	------------	-----------

5.1 Seguro de saúde para os empregados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 Seguro de saúde para o agregado familiar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 Orientação sobre prevenção de doenças (como as causadas pelo sedentarismo, HIV, e outras)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4 Disponibiliza vacinas não oferecidas pela rede pública (p.e contra a gripe)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5 Disponibiliza outros benefícios como viatura, telemóvel, computador portátil, a algumas categorias de empregados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6 Flexibilidade de horários de trabalho?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7 Possibilidade de trabalhar a partir de casa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>5.6 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 6</b>	<b>CrITÉrios de Contratação</b>
--------------------	---------------------------------

Na contratação de empregados a empresa proporciona as mesmas condições a todos os candidatos?	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

6.1 No preenchimento de vagas, procura dar prioridade ao aproveitamento dos seus próprios empregados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2 Proporciona aos empregados do quadro e aos contratados e temporários as mesmas condições de trabalho (p.e benefícios, formação, plano de carreira)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>6.3 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 7</b>	<b>Valorização da Diversidade e Promoção da Igualdade</b>
--------------------	---

Os critérios utilizados na selecção de pessoal são isentos de práticas discriminatórias em relação ao género, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou opções políticas dos candidatos?	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

7.1 Ao divulgar vagas, a empresa utiliza termos como “idade máxima 40 anos”, “boa aparência”, “sexo masculino”, “sexo feminino”?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2 Oferece oportunidades de trabalho para ex-reclusos, ex-toxicodependentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3 Oferece oportunidades para desempregados de longa-duração (+ 1 ano)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4 Disponibiliza vagas para estagiários?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5 A empresa disponibiliza vagas e condições de trabalho para pessoas com deficiência?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 8</b>	<b>Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade</b>
--------------------	---

A empresa valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional dos seus empregados?	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

8.1 Faz o diagnóstico das necessidades de formação?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2 Elabora o Plano de Formação?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3 Subsidia cursos/formação para os empregados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4 Facilita o estatuto do trabalhador-estudante?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5 Investe na requalificação/reconversão de trabalhadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6 Possui um sistema de avaliação de desempenho?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7 Proporciona ascensão na carreira (mobilidade horizontal e/ou vertical)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.8 Tem um programa de acolhimento e integração de novos trabalhadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.9 Tem esquemas de remuneração variável (prémio de produtividade, de assiduidade)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.10 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			



<b>Indicador 9</b>	<b>Acesso à Informação</b>
--------------------	----------------------------

<b>A empresa facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional dos seus empregados?</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

9.1 A empresa procura estimular os seus empregados a actualizar os seus conhecimentos com recursos por ela fornecidos (p.e incentiva a leitura e torna disponíveis jornais, revistas, acesso à internet)?

9.2 Tendo em vista que o aumento da oferta de crédito no mercado tem sido acompanhado pelo crescimento do incumprimento nos pagamentos, muitas pessoas contraem dívidas que não conseguem pagar. A empresa orienta os seus empregados quanto ao uso consciente do crédito?

**9.3 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?**

## Meio Ambiente

<b>Indicador 10</b>	<b>Gestão dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços</b>
---------------------	--

<b>A empresa conhece, entende e avalia os impactos das suas actividades sobre o meio ambiente (p.e. emissões gasosas, produção de resíduos, consumo de energia, água e combustíveis, etc.), divulgando relatórios das medições?</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
-------------------	-----	-----	----

10.1 Procura utilizar nos seus processos, materiais que minimizem os danos provocados ao meio ambiente?

10.2 Discute parcerias com fornecedores visando a retoma pelo fabricante de materiais usados (p.e produtos fora prazo, pneus usados, pilhas, baterias, toners, etc.)?

10.3 Procura controlar e reduzir o ruído e a poluição visual causadas pelos seus processos?

**10.4 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?**

<b>Indicador 11</b>	<b>Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental</b>
---------------------	---

<b>A empresa procura implementar nas suas actividades acções que visem a preservação do meio ambiente?</b>		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

11.1 Faz a separação de resíduos de origem doméstica (p.e. papel, vidro, metal, plástico, material orgânico)?			
11.2 Economia no consumo de papel (p.e. utiliza frente e verso das folhas)?			
11.3 Redução do consumo de energia (p.e. melhoria da iluminação natural, iluminação automática por sensores)?			
11.4 Redução do consumo de água (p.e. regas automáticas, aproveitamento da água das chuvas, descargas de água reduzidas)?			
11.5 Orientações da política de compras para dar prioridade a fornecedores que não prejudiquem o meio ambiente?			
11.6 Destino final adequado para os resíduos industriais que necessitem de tratamento específico (p.e. óleos, águas contaminadas, resíduos industriais perigosos, paletes de madeira, plásticos)?			
11.7 Faz a comunicação anual ao SIRER da produção e destino dos resíduos industriais?			
<b>11.8 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 12</b>	<b>Educação e Sensibilização Ambiental</b>
---------------------	--

<b>Uma forma efectiva de reduzir os impactos ambientais é promovendo a educação ambiental para os empregados e seus familiares e para a comunidade. A empresa faz isso?</b>		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

12.1 Promove acções de sensibilização para reduzir o consumo de água e de energia?			
12.2 Promove acções de sensibilização para a correcta reciclagem de materiais?			
12.3 Incentiva o uso de materiais reciclados (p.e. papel)?			
12.4 Apoia iniciativas e projectos voltados para a educação ambiental?			
<b>12.5 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

## Fornecedores

### Indicador 13 Critérios de Selecção e Avaliação de Fornecedores

Para contratar um fornecedor, além de exigir uma boa proposta comercial (com qualidade, preço e prazo), a empresa avalia se ele mantém práticas de responsabilidade social?		Sim
		Em grande parte
		Em parte
		Não
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

### A empresa: SIM NÃO NA

13.1 Verifica se os seus fornecedores cumprem a legislação do trabalho?			
13.2 Verifica se os seus fornecedores cumprem a legislação fiscal?			
13.3 Procura saber quais são os princípios seguidos pelos seus fornecedores?			
13.4 Procura conhecer a política de responsabilidade social dos seus fornecedores?			

### Para seleccionar os seus fornecedores, a empresa avalia:

13.5 Respeito pelos direitos humanos?			
13.6 Condições de trabalho adequadas?			
13.7 Valorização da diversidade?			
13.8 Preocupação ambiental na condução dos negócios (p.e. procura saber se o fornecedor evita a utilização de materiais de proveniência ambiental duvidosa)?			

### A empresa:

13.9 Valoriza ou dá preferência a fornecedores que mantenham relações éticas e transparentes com os seus concorrentes (p.e. que não exigem exclusividade no fornecimento)?			
13.10 Adota critérios de compra que têm em conta a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou sem garantia?			
13.11 Exige factura de todos os produtos adquiridos?			
13.12 Incentiva e valoriza a adopção pelos fornecedores de um sistema de gestão ambiental (ISO 14001, EMAS)?			
13.13 Incentiva e valoriza a Certificação em Qualidade (ISO 9001, ISO TS 16 949)?			
13.14 Incentiva e valoriza a Certificação em Saúde e Segurança (OHSAS 18001)?			

### 13.14 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?

### Indicador 14 Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

A empresa procura fornecedores de origem local, (p.e. empresas incubadoras de negócios, outras micro ou pequenas empresas)?		Sim
		Em grande parte
		Em parte
		Não
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>A empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
14.1 Estimula a capacidade de pequenos fornecedores, ajudando-os a adequarem-se aos padrões de mercado (p.e. na implementação de requisitos de qualidade, ambiente, etc)?			
14.2 Solicita aos seus fornecedores de recolha de resíduos as autorizações de recolha emitidas pelo ministério do Ambiente?			
14.3 Realiza visitas/auditorias aos seus fornecedores para saber se oferecem condições adequadas de saúde, segurança e higiene aos seus empregados?			
14.4 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

## Clientes e Consumidores

<b>Indicador 15</b>	<b>Dúvidas, Sugestões e Reclamações</b>
---------------------	---

A empresa analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e utiliza-as como instrumento para aperfeiçoar as suas actividades?		Sim
		Em grande parte
		Em parte
		Não
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>No relacionamento com os seus clientes/consumidores a empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
---	-----	-----	----

15.1 Cria formulários para documentar as informações?			
15.2 Analisa melhorias que possam ser implementadas?			
15.3 Responde e/ou esclarece as dúvidas encaminhadas?			
15.4 Estabelece metas e prazos para solucionar os problemas apontados?			
15.5 Os produtos/serviços da empresa trazem sempre instruções claras sobre como entrar em contacto com ela (morada, site, e-mail, telefone)?			
15.6 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 16</b>	<b>Satisfação dos Clientes/Consumidores</b>
---------------------	---

A empresa realiza inquéritos de satisfação junto dos seus clientes/consumidores para, com base nos resultados, implementar melhorias nos seus produtos/serviços?		Sim
		Em grande parte
		Em parte
		Não
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>Um dos objectivos da pesquisa é:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
16.1 Melhorar a qualidade dos produtos/serviços?			
16.2 Melhorar a qualidade do relacionamento no dia-a-dia, incluindo serviços pré e pós-venda?			
<b>16.3 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 17</b>	<b>Política de Comunicação Comercial</b>
---------------------	--

<b>Na sua comunicação (contratos e mensagens publicitárias), a empresa nunca utiliza conteúdo enganoso ou que induza o cliente/consumidor a erros de entendimento?</b>		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não, nunca utiliza</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
-------------------	------------	------------	-----------

17.1 Incentiva e educa os seus clientes/consumidores a adoptar atitudes de consumo conscientes e responsáveis (p.e. reciclagem adequada de embalagens ou outros materiais)?			
17.2 Coloca avisos de segurança nos seus produtos (ou no contrato de fornecimento), informando sobre possíveis riscos à saúde ou à segurança dos seus clientes/consumidores?			
17.3 Está preparada para adoptar medidas correctivas, no caso dos seus produtos/serviços causarem algum tipo de dano à saúde ou à segurança dos seus clientes/consumidores?			
<b>17.4 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Comunidade</b>
-------------------

<b>Indicador 18</b>	<b>Gestão do Impacto da Empresa na Comunidade</b>
---------------------	---

<b>A empresa preocupa-se em estar sempre em contacto com a comunidade onde está inserida, procurando minimizar os impactos negativos que as suas actividades possam causar?</b>		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
18.1 Realiza pesquisas com a comunidade para prevenir ou levantar possíveis problemas causados pela sua actividade?			
18.2 Toma medidas para controlar o aumento da circulação de veículos?			
18.3 Toma medidas para controlar a emissão de poluição atmosférica?			
18.4 Toma medidas para controlar o nível de ruído no exterior?			
<b>18.5 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 19</b>	<b>Relações com a Comunidade</b>
---------------------	----------------------------------

Sabendo que, para as PME's, a prosperidade e a situação da comunidade local podem-se reflectir directamente no sucesso do negócio, a empresa tem práticas de gestão que beneficiem o desenvolvimento local?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>No seu relacionamento com a comunidade, a empresa procura:</b>	SIM	NÃO	NA
---	-----	-----	----

19.1 Comprar/contratar produtos/serviços de empreendedores locais?			
19.2 Contratar empregados que residam nas proximidades?			
19.3 Utilizar serviços de organizações não-governamentais ou associações próximas à empresa?			
19.4 Articular informação de necessidades de perfis profissionais com os estabelecimentos de ensino (Escolas profissionais, Universidades)?			
19.5 Trabalhar com os Centros de Emprego e Formação Profissional (IEFP) para o preenchimento de necessidades de mão-de-obra?			
<b>19.6 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 20</b>	<b>Estímulo ao Trabalho Voluntário</b>
---------------------	--

A empresa incentiva o trabalho voluntário dos seus empregados na comunidade?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		<b>Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)</b>

<b>A empresa:</b>	SIM	NÃO	NA
-------------------	-----	-----	----

20.1 Acompanha o trabalho voluntário que os seus empregados desenvolvem em entidades da comunidade?			
20.2 Reconhece a importância do trabalho voluntário dos seus empregados, divulgando-o através de comunicações internas e/ou externas?			
<b>20.3 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?</b>			

<b>Indicador 21</b>	<b>Envolvimento da Empresa em Acções Sociais</b>
---------------------	--

A empresa adoptou pelo menos uma entidade da sua comunidade e mobiliza a sua rede de contactos em favor dessa entidade?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>Procurando apoiar essa entidade, a empresa:</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
--	------------	------------	-----------

21.1 Divulga o trabalho que essa entidade realiza, entre os seus clientes e fornecedores, entre os empregados, membros da comunidade, e outras organizações?			
21.2 Destaca as actividades da entidade na sua publicidade, no seu site, etc?			
21.3 Incentiva os seus empregados a actuar voluntariamente nos projectos desenvolvidos pela entidade?			
21.4 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 22</b>	<b>Relações com Entidades Beneficiadas</b>
---------------------	--

Existe entre a empresa e a(s) entidade(s) por ela beneficiada(s) uma conversa franca sobre o papel de cada uma na parceria?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>	<b>NA</b>
------------	------------	-----------

22.1 A empresa procura sempre acompanhar os resultados que essa parceria tem alcançado (p.e.verificando que tipo de contribuição ela trouxe para a entidade, para a empresa e para as pessoas atendidas, quais são os próximos passos para dar continuidade à parceria, quando é que terá fim e como é que a entidade se vai manter sem o apoio da empresa, etc.)?			
22.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?			

<b>Indicador 23</b>	<b>Participação Comunitária</b>
---------------------	---------------------------------

A responsabilidade social empresarial deve ser uma forma de gestão do negócio e o lucro é parte do processo. Ao optar por apoiar determinada entidade ou projecto, a empresa procura de algum modo conciliar os seus interesses com os dessa entidade ou projecto?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

23.1 A empresa realiza na comunidade campanhas educacionais e/ou de interesse público, em conjunto com organizações locais?

--	--	--

23.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?

--

## Governo e Sociedade

<b>Indicador 24</b>	<b>Participação e Influência Social</b>
---------------------	---

A empresa procura participar em organizações que integrem empresários (entidades empresariais, associações comerciais, encontros regionais/locais de empresas, etc.)?		<b>Sim</b>
		<b>Em grande parte</b>
		<b>Em parte</b>
		<b>Não</b>
		Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

SIM	NÃO	NA
-----	-----	----

24.1 A empresa utiliza esse espaço para se actualizar e discutir com outras empresas as suas dificuldades, necessidades e formas de mobilização em busca de melhores condições tanto para os negócios como para a comunidade?

--	--	--

24.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?

--



<b>Indicador 25</b>	<b>Melhoria dos Espaços Públicos</b>
---------------------	--------------------------------------

Sempre que necessário (e possível), a empresa colabora com a melhoria dos espaços públicos da sua região (p.e. escolas, posto de saúde, associações comunitárias, praças, áreas verdes, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<b>Sim</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em grande parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Em parte</b>
	<input type="checkbox"/>	<b>Não</b>
	<input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disso na nossa empresa (justifique)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SIM	NÃO	NA

25.1 A empresa inclui no seu orçamento anual uma verba destinada a apoios à comunidade?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

**25.2 O que pensa fazer mais, ou já faz, neste domínio?**

--

Data:		Cargo do Responsável pelo Preenchimento da Informação:	
-------	--	--	--

**Muito Obrigado!**